

CENTRO UNIVERSITÁRIO CURITIBA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO stricto sensu – MESTRADO EM DIREITO

SIBÉLY SUZENA ROSA

CONTORNOS DA CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA COMO CONSUMIDORA

CURITIBA
2017

SIBÉLY SUZENA ROSA

CONTORNOS DA CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA COMO CONSUMIDORA

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Direito, do Curso de Mestrado em Direito Empresarial e Cidadania do Centro Universitário Curitiba.

Orientador: Professor Doutor Miguel Kfoury Neto.

**CURITIBA
2017**

SIBÉLY SUZENA ROSA

CONTORNOS DA CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA COMO CONSUMIDORA

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Direito do Centro Universitário Curitiba, pela Banca Examinadora formada pelos professores:

Orientador: _____

Prof. Membro da Banca

Prof. Membro da Banca

Curitiba, ____ de _____ de 2017

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais.
Foi por vocês que cheguei até aqui e é por vocês
que continuarei seguindo em frente.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Doutor Miguel Kfoury Neto, por aceitar a orientação e por ter me transmitido segurança no decorrer da realização da pesquisa, bem como ao professor Doutor Francisco Cardozo Oliveira, pois de maneira muito singular sempre compartilhou conhecimentos e ideias.

Aos demais professores do Mestrado do Programa de Direito Empresarial e Cidadania do Unicuritiba, por terem reforçado em mim o desejo de ensinar e, em especial, aos professores Doutores José Edmilson de Souza Lima e Sandra Mara Maciel de Lima, por terem intensificado meu interesse pela epistemologia e metodologia do conhecimento científico.

Ao Tribunal de Justiça de Santa Catarina, por acreditar e investir no constante aprimoramento do seu pessoal.

Aos colegas de turma, pois tornaram a caminhada o mais agradável possível.

Aos meus familiares e amigos, por incentivarem a busca dos meus sonhos e compreenderem a minha ausência.

Aos meus alunos, por serem a minha maior motivação de aperfeiçoamento.

Ao meu amor, porque o verdadeiro significado da vida está no amor que compartilhamos.

“O mar não é um obstáculo.
O mar é o caminho”.
(Amyr Klink)

RESUMO

Esta dissertação apresenta criticamente um estudo acerca dos critérios para caracterização da empresa como consumidora. O problema apresentado, portanto, é a compreensão de fundamentos para a existência de um campo de interligação entre microssistemas diferentes, sem que isso implique em desvirtuamento científico. Objetiva (a) estudar os conceitos que evidenciam a existência de relação de consumo, (b) aprofundar a compreensão dos princípios que regem o direito do consumidor e (c) analisar a jurisprudência relacionada às controvérsias envolvendo empresas como eventuais consumidoras. Didaticamente, o texto se divide, além da introdução e das considerações finais, em três tópicos distintos, os quais estão diretamente relacionados aos objetivos delineados. Para realização do estudo foi feita pesquisa bibliográfica e documental sobre o tema e utilizado o método dedutivo. A pesquisa documental foi realizada com a verificação de informativos de jurisprudências do Superior Tribunal de Justiça e de decisões dos Tribunais Estaduais relacionadas com a aplicação da teoria finalista, maximalista ou finalista mitigada. Entre os resultados obtidos, verificou-se a tendência jurisprudencial de utilização da teoria finalista mitigada, em especial se for efetivamente evidenciada uma especial situação de vulnerabilidade da empresa.

Palavras-chave: Empresa; Consumidora; Princípios; Vulnerabilidade.

RESUMEN

En este trabajo se presenta un estudio crítico de los criterios para la caracterización de la empresa como consumidor. El problema planteado, por lo tanto, es la comprensión de fundamentos para la existencia de un campo de interconexión entre microsistemas diferentes, sin que ello implique en desvirtuamiento científico. Búsqueda (a) estudiar los conceptos que muestran la existencia de una relación de consumo, (b) profundizar en la comprensión de los principios que rigen el derecho del consumidor y (c) analizar la jurisprudencia relacionada con los conflictos que involucran a comercio como posibles consumidores. Didácticamente, el texto se divide en tres temas distintos, además de la introducción y consideraciones finales, que están directamente relacionados con los objetivos planteados. Para el estudio era una búsqueda en la literatura y documentos sobre el tema y se utiliza el método deductivo. La investigación documental se realizó con la verificación de la jurisprudencia de la Corte Superior de Justicia y las decisiones de los tribunales estatales relativas a la aplicación de la teoría finalista, maximalista o finalista mitigado. Entre los resultados, se observó una tendencia jurisprudencial de la utilización de la teoría finalista mitigado, en especial si se demuestra efectivamente una especial vulnerabilidad.

Palabras clave: Empresa; consumidor; principios; vulnerabilidad.

LISTA DE SIGLAS

CC	- Código Civil
CDC	- Código de Defesa do Consumidor
CF	- Constituição Federal
CPC	- Código de Processo Civil
ed.	- Edição

SUMÁRIO

RESUMO	6
RESUMEN	7
LISTA DE SIGLAS	8
1 INTRODUÇÃO	11
2 CONTORNOS CONCEITUAIS DA CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA COMO CONSUMIDORA	14
2.1 DELIMITAÇÕES CONCEITUAIS	14
2.1.1 Distinção entre contratos cíveis, empresariais e consumeristas	15
2.1.2 Implicações práticas do baralhamento de fronteiras entre direito empresarial e do consumidor	18
2.2 A REGULAMENTAÇÃO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO	19
2.2.1 Sociedade de consumo em massa	21
2.2.2 A busca pelo reequilíbrio no mercado de consumo	23
2.2.3 O direito do consumidor e a cidadania	24
2.3 CONCEITOS QUE EVIDENCIAM A RELAÇÃO CONSUMERISTA	25
2.3.1 Elementos subjetivos das relações de consumo	26
2.3.1.1 Conceito de Consumidor	27
2.3.1.2 Conceito de Fornecedor	28
2.3.2 Elementos objetivos das relações de consumo	28
2.3.2.1 Conceito de Produto	29
2.3.2.2 Conceito de Serviço	30
2.3.3 Teorias maximalista, finalista e finalista mitigada	31
3 CONTORNOS PRINCÍPIOLÓGICOS DA CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA COMO CONSUMIDORA	34
3.1 PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR	35
3.1.1 Princípio do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor (art. 4º, I, CDC)	37
3.1.2 Princípio do intervencionismo do Estado (art. 4º, II, CDC)	39
3.1.3 Princípio da harmonização de interesses (art. 4º, III, CDC)	40
3.1.3.1 Harmonização por meio da boa-fé	41
3.1.3.2 Harmonização por meio da busca pelo equilíbrio contratual	42
3.1.4 Princípio da informação (art. 4º, IV, CDC)	43
3.1.5 Princípio da eficiência (art. 4º, V, CDC)	44
3.1.5.1 Eficiência por meio da qualidade no controle de qualidade e segurança	44
3.1.5.2 Eficiência por meio de mecanismos alternativos de solução de conflitos	45
3.1.6 Princípio da repressão de abusos (art. 4º, VI, CDC)	45
3.1.7 Princípio da racionalização dos serviços públicos (art. 4º, VII, CDC)	46
3.1.8 Princípio do estudo do mercado de consumo (art. 4º, VIII, CDC)	48
3.2 A EMPRESA CONSUMIDORA E OS PRINCÍPIOS	48
3.2.1 Vulnerabilidade empresarial	49
3.2.2 Intervenção estatal na esfera das relações empresariais e (des)necessidade de alteração legislativa	50
4 CONTORNOS JURISPRUDENCIAIS DA CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA COMO CONSUMIDORA	52
4.1 A PESSOA JURÍDICA COMO CONSUMIDORA SOB A PERSPECTIVA DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA	52

4.1.1 Relatório dos Informativos de Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça	53
4.1.2 Análise do posicionamento jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça ...	58
4.2 A PESSOA JURÍDICA COMO CONSUMIDORA SOB A PERSPECTIVA DOS TRIBUNAIS ESTADUAIS	59
4.2.1 Relatório das decisões dos Tribunais Estaduais	59
4.2.2 Análise do posicionamento dos Tribunais Estaduais	74
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
REFERÊNCIAS DOCUMENTAIS	86

1 INTRODUÇÃO

O enquadramento da empresa como consumidora é tema recorrente nas controvérsias envolvendo disputas empresariais, em especial no tópico que diz respeito à interpretação do contrato firmado entre as partes. No entanto, os limites para determinar as hipóteses em que a pessoa jurídica pode ser considerada consumidora nem sempre são claros e precisos.

Vai daí a importância de estudar os contornos conceituais, principiológicos e jurisprudenciais, os quais, por uma questão de acordo semântico, devem ser entendidos como limites a serem respeitados.

A discussão ganha maior relevância se for bem compreendida a ideia de que os contratos, no atual Direito Privado, possuem como característica marcante a harmonização dos interesses sociais, até porque um dos objetivos fundamentais da República é a construção de uma sociedade livre, justa e solidária.

Assim, deve-se estar atento ao fato de que os instrumentos contratuais firmados entre as empresas devem buscar primordialmente o desenvolvimento social.

O problema apresentado, portanto, é a compreensão de fundamentos para a existência de um campo de interligação entre microssistemas diferentes, sem que isso implique em desvirtuamento científico.

Se de um lado há a defesa do interesse legítimo da pessoa jurídica em firmar livremente negócios lucrativos, de outro, há a percepção de que o dirigismo contratual em questões empresarias pode ser igualmente legítimo quando visar o aprimoramento das relações sociais, como, por exemplo, ao impedir que uma empresa de pequeno porte fique vulnerável ao poderio financeiro ou técnico de uma parceira comercial de grande porte.

Com essa visão da problemática inicial, pretende-se, pois, abordar, como objetivo geral, a verificação dos critérios para caracterização da pessoa jurídica como consumidora e, especificamente, (a) estudar os conceitos que evidenciam a existência de relação de consumo (b) aprofundar a compreensão dos princípios que regem o direito do consumidor e (c) analisar a jurisprudência relacionada às controvérsias envolvendo empresas como eventuais consumidoras.

Outrossim, o objetivo institucional desta dissertação é a obtenção do título de mestre em direito pelo Programa de Mestrado em Direito Empresarial e Cidadania do

Centro Universitário Curitiba – UNICURITIBA.

A decisão da escolha do tema decorreu da percepção da relação existente entre a almejada segurança nas relações empresariais com a busca pelo estabelecimento de critérios de interpretação para os negócios firmados entre empresas.

Neste contexto, o enquadramento ou não de uma pessoa jurídica como consumidora assume importância ímpar, na medida que pode influenciar consideravelmente na interpretação e julgamento da controvérsia.

Isso porque, a partir do momento que a pessoa jurídica passa a receber o tratamento de consumidora faz jus a usufruir, em consequência, dos benefícios específicos da legislação consumerista, como, por exemplo, a possibilidade de litigar em foro que lhe seja mais favorável.

Deste modo, a pesquisa aqui traçada apresentará um esforço interpretativo da amplitude do conceito de consumidor, notadamente da expressão legislativa “destinatário final”, prevista no art. 2º do Código de Defesa do Consumidor.

A pesquisa buscará essa interpretação em argumentos lançados nas decisões envolvendo controvérsias jurídicas, visto que a jurisprudência tem representado cada vez mais relevância na construção e interpretação do direito brasileiro.

Assim, após a apresentação de pesquisa bibliográfica acerca do tema será relatada a pesquisa documental feita com o objetivo de buscar informativos de jurisprudência e decisões que envolvam a matéria e os argumentos neles lançados, de modo que se partirá das discussões acadêmicas sobre o tema para a verificação de sua aplicação em decisões envolvendo casos pontuais.

Desta forma, a investigação do assunto contará com uma aproximação com o objeto da pesquisa por meio dos informativos de jurisprudência e das decisões mais recentes envolvendo a questão da pessoa jurídica como consumidora.

Didaticamente, o texto se divide, além da introdução e das considerações finais, em tópicos distintos, os quais estão diretamente relacionados aos objetivos delineados, nos quais serão apontados os contornos conceituais, principiológicos e jurisprudenciais da caracterização da pessoa jurídica como consumidora.

No primeiro capítulo serão tratados aspectos conceituais da caracterização da empresa consumidora, ressaltando-se a importância conceitual de distinguir os contratos cíveis, empresariais e consumeristas, bem como os conceitos operacionais da teoria maximalista, finalista e finalista mitigada, posto que essenciais para

compreensão da aplicação do Código de Defesa do Consumidor em relações interempresariais.

No segundo capítulo serão abordadas as questões principiológicas que envolvem as relações de consumo, na busca de um fio condutor entre cada um dos princípios elencados com a necessidade de sua aplicação em favor de empresas.

Por fim, no último capítulo serão analisados casos pontuais sobre a aplicação do Código de Defesa do Consumidor em relações empresariais, com base nos informativos de jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça e de decisões em todos os Tribunais Estaduais, buscando, assim, um panorama geral de como a questão vem sendo enfrentada.

Para realização do estudo foi feita pesquisa bibliográfica e documental sobre o tema e utilizado o método dedutivo.

2 CONTORNOS CONCEITUAIS DA CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA COMO CONSUMIDORA

De início, é imprescindível que se estabeleçam algumas delimitações conceituais acerca do tema, notadamente com o objetivo de traçar com clareza o objeto estudado.

Oportuno lembrar aqui que todos os conceitos serão trabalhados à luz daquilo que se pretende alcançar com o estudo do tema, buscando-se assim “uma definição para uma palavra e expressão, com o desejo de que tal definição seja aceita para os efeitos das ideias” (PASOLD, 2001, p. 51).

Tais delimitações são importantes acordos semânticos a serem estabelecidos desde o início, a fim de que as expressões utilizadas sejam aptas a formar o raciocínio que se pretende.

Isso porque “sempre que são estabelecidos e clarificados os conceitos operacionais para as palavras ou expressões utilizadas numa comunicação, as discussões, reflexões e o entendimento se tornam mais produtivos e efetivos” (PASOLDI, 2001, p. 25).

Com essa visão, a atividade de investigação do objeto, buscará inicialmente uma dimensão conceitual do tema, para que, em seguida, possa ser abordada com clareza uma dimensão reflexiva e crítica.

2.1 DELIMITAÇÕES CONCEITUAIS

No contexto da teoria geral das obrigações empresariais, inicialmente sobreleva compreender que tanto a cidadania quanto a livre iniciativa se apresentam como fundamentos da República Federativa do Brasil.

O exercício da cidadania, sob um prisma tradicional, está atrelado à intervenção estatal na garantia de direitos, ao passo que a livre iniciativa, sob um prisma empresarial, remete à ideia de liberdade negocial.

Assim, baseando-se nessa dicotomia inicial, será feita uma inicial delimitação da caracterização da empresa como consumidora, com as ressalvas conceituais que

se abordará em seguida.

2.1.1 Distinção entre contratos cíveis, empresariais e consumeristas.

Objetivamente o trabalho exige que sejam situados os campos de atuação do direito civil, empresarial e do consumidor, especialmente para que se possa refletir se tais relações mereceriam tratamento jurídico semelhante.

Importante contribuições para esta finalidade são extraídas da obra Teoria geral dos contratos empresariais, da professora Paula Forgioni (2010). Segundo seus estudos, que se debruçam sobre a funcionalidade e operacionalidade dos contratos empresariais, é fundamental que se compreenda que os contratos na atividade empresarial revelam o caráter econômico desta atividade, na medida em que o desenvolvimento empresarial estaria intimamente ligado com as relações estabelecidas com terceiros.

De fato, não há como pensar a atividade empresarial sem refletir na sua constante busca por desenvolvimento e lucro.

A referida autora, rememora, então, que nesta teia contratual podem ser estabelecidas relações recíprocas entre empresas ou não.

Explica, portanto, que nas relações de direito do consumidor “apenas um dos polos é orientado pela lógica empresarial do lucro” (FORGIONI, 2010, p. 18), ao passo que no direito empresarial os contratos são celebrados sob a lógica empresarial, visto que são “celebrados entre empresas, *i.e*, em que somente empresas fazem parte da relação” (FORGIONI, 2010, p. 29). Finalmente, importa destacar que no âmbito das relações civis encontram-se os demais “contratos comuns, firmados entre particulares de igual ou equivalente posição econômica” (BULGARELLI, 1987, p. 24).

Importante mencionar que esta acurada análise da autora anteriormente citada decorreu principalmente da percepção de que os contratos empresariais, após o surgimento do Código de Defesa do Consumidor, permaneceram em um limbo, sem muito desenvolvimento do estudo jurídico a seu respeito.

Com esta preocupação, a autora descreve então quais seriam os vetores de funcionamento dos contratos entre empresas, para, a partir daí, justificar um método de interpretação contratual próprio das relações empresariais.

Entre as diretrizes por ela mencionadas, merecem destaque, a) o escopo de lucro que move os contratos mercantis, b) a função econômica dos contratos, c) os custos da transação, d) a prática empresarial, e) a vinculação contratual, f) a racionalidade limitada, g) a incompletude contratual, h) o ambiente institucional, i) a necessidade de segurança e previsibilidade, j) a força obrigatória dos contratos, k) as limitações à autonomia privada, l) a possibilidade de erro empresarial, m) a confiança e os custos de transação, n) a necessidade de existência de boa-fé, o) o egoísmo do agente econômico, p) os usos e costumes, q) a fundamentabilidade de que os agentes econômicos sejam ativos e probos, r) a uniformização das práticas pelos usos e costumes, s) o contrato como instrumento de alocação de riscos, t) utilização de informação e oportunismo, u) a possibilidade de modificação do comportamento pós-contratual, v) o aumento da dependência econômica pelo contrato (FORGIONI, 2010).

Toda essa análise por ela elaborada visa justamente colocar em destaque as peculiaridades dos contratos empresariais buscando traçar razões que justificariam o tratamento diferenciado e a preservação do pacto comercial, com o mínimo de dirigismo contratual possível.

Aliás, essa tendência de diminuição do dirigismo contratual é bastante forte entre aqueles que se dedicam ao estudo do direito empresarial.

Neste sentido, merece destaque a lição de André Luiz Santa Cruz Ramos (2017) ao explicar que no âmbito do direito empresarial não se pode pressupor que exista uma assimetria contratual.

Para ele, ao contrário, entre empresários não existe uma parte vulnerável ou hipossuficiente, o que deve servir de parâmetro para que o dirigismo seja aplicado com muita cautela.

Fábio Ulhoa Coelho (2012) comunga deste mesmo posicionamento, notadamente por entender que somente em situações realmente excepcionais poderá haver revisão de cláusulas livremente contratadas.

Tais posicionamentos, em suma, se baseiam na premissa que o direito empresarial, enquanto ramo autônomo, possui características e princípios próprios que devem ser respeitados.

Neste sentido, Fábio Ulhoa Coelho (2013, p. 24) afirma que, diferente dos demais ramos do direito, o objeto de estudo do direito empresarial, que tradicionalmente ele prefere chamar de direito comercial, “é o estudo dos meios socialmente estruturados de superação dos conflitos de interesses envolvendo

empresários ou relacionado às empresas que exploram”.

A busca por tentar trazer precisamente um campo de atuação para cada uma das áreas do direito privado não se limita, obviamente, ao direito nacional.

Ricardo Luis Lorenzetti (1998, p. 77) também buscou explicar a questão ao ensinar que:

Este Direito patrimonial unificado, por sua vez, cinge-se progressivamente em várias áreas. Como vimos, há um microsistema da empresa, que regula basicamente a atividade econômica discricionária; um Direito de proteção do consumidor, que atende às relações empresa-consumidor, e um Direito Civil, que se concentra nas relações entre particulares.

Vai daí que, quanto maior a clareza nos limites de cada ramo, mais facilidade haveria na aplicação dos princípios atinentes a cada um deles.

Cláudia Lima Marques (2014, p. 95), com essa visão, também busca delimitar o campo de atuação de cada um, ao argumentar que:

Em minha opinião, o direito privado brasileiro garantido e moldado pela ordem pública constitucional, limitado e construído pela eficácia dos direitos fundamentais aí recebidos, divide-se em um direito geral, o direito civil, e dois direitos especiais, o direito comercial ou direito da empresa, voltado para as relações entre empresas e fornecedores, e o direito do consumidor, voltado para a proteção deste sujeito mais débil ou vulnerável, o consumidor.

Desta forma, a limitação do campo de atuação de cada um desses ramos deve ser um vetor fundamental para aplicação e interpretação da lei.

Não se pode perder de vista, entretanto, a necessidade de compreensão de todos os sistemas calcada em um pensamento complexo.

Aliás, é necessário ter em mente para resolução de qualquer situação que “a complexidade é uma palavra-problema e não uma palavra-solução” (MORIN, 2015, p. 6).

Em outras palavras, mesmo que cada ramo do direito privado possua um campo de atuação específico a ser respeitado, é preciso compreender que, na prática, tais linhas nem sempre são precisas, carecendo de análise mais aprofundada, como se verá ao longo deste trabalho.

2.1.2 Implicações práticas do baralhamento das fronteiras entre direito empresarial e do consumidor.

Em que pese o anseio dos empresarialistas de que sejam respeitadas as características e princípios próprios do direito empresarial nas relações interempresariais, na prática, isso nem sempre é tão fácil de ser observado e o tema em debate, é um típico exemplo dessa possibilidade de confusão entre dois microsistemas.

Isso porque, o baralhamento entre as fronteiras entre o direito empresarial e do consumidor acaba trazendo reflexos práticos para o julgamento da lide bastante relevantes.

Na lição de Paula Forgioni (2010, p. 33) merecem destaque duas situações “ligadas [i] ao ônus da prova nos processos judiciais e [ii] ao foro competente para a propositura da ação contra o fornecedor”.

Essas duas situações processuais por ela apontadas são, sem dúvida, fundamentais no deslinde das ações.

Em relação à inversão do ônus da prova, preceitua o artigo 373 do Código de Processo Civil que “o ônus da prova incumbe [...] ao autor, quanto ao fato constitutivo de seu direito” e “ao réu, quanto à existência de fato impeditivo, modificativo ou extintivo do direito do autor”.

De modo diferente, o Código do Consumidor prevê em seu artigo 6º, VIII, que o consumidor conte com “a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências”.

Além da possibilidade dessa inversão *ope judicis*, o Código Consumerista também impõe que, em casos como na responsabilidade pelo fato do produto ou serviço (artigos 12 e 14) a inversão do ônus da prova também poderá decorrer da própria lei, na hipótese da chamada inversão *ope legis*, o que aumentará ainda mais a relevância da aplicação desta legislação mais favorável.

Como é sabido, nos dois casos, as partes pautarão o seu comportamento processual, conforme o ônus atribuído em cada situação, o que poderá facilitar ou dificultar a defesa consideravelmente.

O mesmo raciocínio se aplica quanto à regra de competência, uma vez que o artigo 101, I, do Código de Defesa do Consumidor estabelece que “na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços [...] a ação pode ser proposta no domicílio do autor”.

É bem por essas peculiaridades que surge a reflexão acerca da necessidade de fornecimento destes mecanismos em favor das empresas, em especial, diante da legítima expectativa no âmbito empresarial de que aquilo que foi pactuado seja respeitado, especialmente se considerado o contrato como instrumento de alocação de riscos.

2.2 A REGULAMENTAÇÃO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Feitas as delimitações conceituais iniciais, para uma adequada compreensão do tema pesquisado, também é fundamental estabelecer algumas importantes concepções acerca da regulamentação das relações de consumo e das teorias que evidenciam a existência de relação de consumo.

Sob a ótica oitocentista, a legislação civil possuía um caráter individualista, conservador e patrimonialista.

Tais características eram tão nítidas, a ponto de se afirmar que o código civil era a “constituição da vida privada” (MARTINS-COSTA, 2000, p.189).

No entanto, a percepção da importância da ética nas relações sociais fez surgir a necessidade de relativizar o primado da autonomia da vontade, porquanto estava fundamentada em uma igualdade contratual que, na prática, nem sempre existia.

Neste contexto, surgiram novos direitos que “vêm se constituindo como pilares do capitalismo social e, em seu âmago, revelam um sentido ético, pois conferem à responsabilidade social e ao altruísmo um papel relevante na convivência coletiva” (SROUR, 2000, p. 196-197).

E mais.

A constitucionalização do direito privado ocorreu de modo tão paradigmático que o Código Civil de 2002 também acabou por eleger a eticidade como norte das relações civis e comerciais.

Ressalta-se, neste sentido, que o Código de Defesa do Consumidor é um

instrumento para “que se atinja o desiderato constitucional da igualdade real. A igualdade, na aristotélica lição de Rui Barbosa, importa em tratar desigualmente os desiguais, na medida de suas desigualdades” (CAVALIERI FILHO, 2009, p. 39)

Com efeito, a Constituição Federal de 1988 também foi vista como um grande marco para uma nova visão do direito privado, com uma sistemática mais solidária e apoiada em valores coletivos, entre eles a defesa do consumidor.

No entanto, é oportuno lembrar que “uma constituição política perfeita promulgada para cidadãos despreparados e apáticos vale tanto quanto uma obra de Machado de Assis nas mãos de um analfabeto” (GIANNETTI, 1993, p. 153).

De todo modo, certo é que a solidariedade tem sido uma característica marcante das Constituições elaboradas após a Primeira Guerra Mundial, em uma flagrante tentativa de desenvolver uma igualdade material por meio de intervenção do Estado.

Com essa evolução, a posição econômica dos contratantes passou a receber maior consideração por parte do sistema jurídico, de modo que a compreensão da força negocial das partes tornou-se essencial na aplicação da norma.

Nesse passo, a proteção dos consumidores representa um dos direitos fundamentais estabelecidos no artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal ao prever que “XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (BRASIL, 1988).

Com efeito, convém mencionar que direitos fundamentais são aqueles que “foram, por seu conteúdo e importância (fundamentalidade material), integrados ao texto da Constituição e, portanto, retiradas da esfera da disponibilidade dos poderes constituídos (fundamentalidade formal)” (SARLET, 1999, p. 99).

Importante mencionar, desta forma, que a defesa do consumidor por estar incluída como direito e garantia individual deve ser tratada como cláusula pétrea. Isso porque, de fato, a tutela dos direitos do consumidor está intimamente ligada com a garantia de sua dignidade.

É que a “proteção jurídica do consumidor, nesta perspectiva, não pode ser estudada senão como um momento particular da ordem pública constitucional, que tem por objetivo maior a tutela da personalidade e dos valores existenciais” (TEPEDINO, 2006, p. 124).

Não bastasse, o direito do consumidor também foi tratado constitucionalmente como princípio da ordem econômica nacional (BRASIL, 1988, art. 170, V).

Isso porque, a necessidade de defender um consumidor fragilizado em seu poder de negociação decorre da existência de um sistema econômico competitivo (CARVALHO, 2009).

Determinou-se, ainda, que “o Congresso Nacional, dentro de 120 dias da promulgação da Constituição” (BRASIL, 1988, ADCT, art. 48) providenciasse a elaboração de um Código de Defesa do Consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), de 11 de setembro de 1990, surgiu, então, como um instrumento fundamental para garantia dos direitos da cidadania na esfera das relações de consumo, que, até então, eram disciplinadas pelo Código Civil de 1916.

Aliás, “a noção de cidadão, de origem francesa, surge para suprimir desigualdades provenientes da distinção entre a realeza e as classes inferiores. Esta noção abstrata serviu para regular as relações privadas com igualdade” (LORENZETTI, 1998, p. 53).

Vai daí a importância da lei consumerista, posto que referida legislação provocou uma profunda modificação na regulamentação das relações envolvendo consumidores, criando um verdadeiro microsistema jurídico.

Esse microsistema jurídico decorre, em tese, da existência de três fatores, quais sejam, a utilização de princípios que lhe são peculiares, a interdisciplinaridade e a multidisciplinariedade (FILOMENO, 2003, p. 31).

Bem por isso as relações de consumo passaram a ser regidas pela principiologia própria do direito do consumidor, desde que efetivamente configurada essa relação.

2.2.1 Sociedade de consumo em massa

A necessidade de regulamentação dessas relações decorre justamente da compreensão de um novo modelo de sociedade.

Neste contexto, fala-se que atualmente o homem vive em um novo modelo de associativismo.

Este novo modelo de sociedade de consumo que se caracteriza por um enorme número de produtos e serviços, com crédito acessível e *marketing* constante, de

maneira que a sociedade de consumo não traz apenas benefícios, porquanto se antes fornecedores e consumidores encontravam-se em relativo equilíbrio, agora o fornecedor assume uma posição de força, razão pela qual o direito não pode ignorar tal fenômeno (GRINOVER; BENJAMIN, 2007, p. 06).

Assim, o Código de Defesa do Consumidor deve ser visto, pois, como um microsistema que surgiu diante da necessidade de proteção de uma relação jurídica específica.

Aprofundando-se um pouco mais acerca dessa questão, Luiz Antonio Rizzatto Nunes (2000, p. 70) explica que o modelo de produção atual “é o da massificação: fabricação de produtos e oferta de serviços em série, de forma padronizada e uniforme, no intuito de diminuição do custo da produção, atingimento de maiores parcelas de população com o aumento de oferta etc”.

Assim, não serão mais, obrigatoriamente, as necessidades dos consumidores que irão gerar oferta, mas de certo modo a oferta que tentará criar o anseio nos consumidores.

Rizzatto Nunes (2015, p. 42) adverte que entre as principais características da sociedade de consumo destaca-se a seguinte:

Nele a produção é planejada unilateralmente pelo fabricante no seu gabinete, isto é, o produtor pensa e decide fazer uma larga oferta de produtos e serviços para serem adquiridos pelo maior número possível de pessoas. A ideia é ter um custo inicial para fabricar um único produto e depois reproduzi-lo em série. Assim, por exemplo, planeja-se uma caneta esferográfica única e desta reproduzem-se milhares, milhões de vezes em série.

Nesse contexto é que surge o Código de Defesa do Consumidor, legislação de ordem pública e interesse social, que passa a estabelecer normas de proteção e defesa do consumidor (BRASIL, 1990, art. 1º), sob a premissa de que se trata de parte mais fraca.

No contexto internacional, importante destacar que o surgimento do consumo em massa também fez com que a Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas, em 16 de abril de 1985, aprovasse as Diretrizes para Proteção do Consumidor das Nações Unidas.

Assim, embora não se duvide que no Brasil o marco legislativo mais importante para defesa do consumidor tenha sido a sua inclusão no texto constitucional, é fundamental que se tenha em mente que a preocupação normativa decorreu de

aspectos que se modificaram nas relações sociais e econômicas no que diz respeito à forma de produção e aquisição de produtos em todo o mundo.

Ademais, outro ponto a ser destacado é o da atuação dos indivíduos neste contexto.

Perceba-se:

Em uma sociedade de massa, a atuação do indivíduo não é indiferente ao que respeita os demais indivíduos e aos bens públicos. A consciência desta inter-relação nos obriga a enfocar o problema do Direito Privado de outra maneira. (LORENZETTI, 1998, p. 83).

A sistemática dessa sociedade é tão importante, a ponto de se afirmar que fez surgir uma nova maneira de encarar o direito privado.

2.2.2 A busca pelo reequilíbrio no mercado de consumo

Neste contexto de desequilíbrio na chamada era da desordem (LORENZETTI, 2009) entre os consumidores e fornecedores, o Código de Defesa do Consumidor no Brasil representou um instrumento para reequilibrar tais relações.

Vai daí que, reconhecida a menor força do consumidor, se exige “intervenção do legislador para tutelá-lo nos contratos de massa, impedindo que o fornecedor poderoso se prevaleça de sua fragilidade para obter vantagens excessivas e impor onerosidades exorbitantes” (THEODOR JÚNIOR, 2009, p. 20).

Evidentemente essa intervenção não pode ser utilizada sem qualquer critério, posto que estaria indo contra valores relacionados com a busca do pleno desenvolvimento econômico.

Isso porque intervencionismo estatal deve limitar-se à busca de “soluções compatíveis para que se possa realmente atingir a igualdade efetiva entre as pessoas” (LISBOA, 2012, p. 61).

Neste ponto, importante destacar que o Código de Defesa do Consumidor, ao menos em tese, não é contra nenhum empresário, “ao contrário, ele está a favor exatamente daqueles que respeitam seus limites” (NUNES, 2015, p. 144).

Se é certo que há limites a serem respeitados, a dúvida é saber quais são eles.

Em face disso, o amadurecimento da compreensão de qual o limite de intervenção das relações de consumo não é tarefa fácil, porquanto, na prática, o equacionamento dos interesses de fornecedores e consumidores representam uma complexa operacionalização.

2.2.3 O direito do consumidor e o exercício da cidadania

O reconhecimento dos direitos dos consumidores e a cidadania se relacionam no contexto de busca por uma sociedade mais justa e igualitária.

Isso porque, “o conceito de cidadania está vinculado a oportunidade que cada indivíduo tem de exercer livremente suas opções e escolhas” (SILVA, 2014, p. 75).

Vai daí que, bem entendida a cidadania, ela pressupõe a observância de direitos e deveres por parte de todos os cidadãos.

Sua definição, entretanto, é um tanto quanto complexa, na medida uma cidadania plena deve combinar “liberdade, participação e igualdade para todos” (CARVALHO, 2008, p. 09).

Neste contexto, direitos civis, políticos e sociais devem ser exercidos de forma entrelaçada para o pleno desenvolvimento de uma sociedade efetivamente cidadã.

José Geraldo Brito Filomeno (2003, p. 31) adverte que o Código de Defesa do Consumidor:

Cuida-se de um verdadeiro exercício de cidadania, ou seja, a qualidade de todo ser humano, como destinatário final do bem comum de qualquer estado que o habilita a ver reconhecida toda a gama de seus direitos individuais e sociais, mediante tutelas adequadas colocadas à sua disposição pelos organismos institucionalizados, bem como a prerrogativa de organizar-se para obter esses resultados ou acesso aqueles meios de proteção e defesa.

Sob o enfoque deste trabalho, a cidadania ganha importância quanto ao papel das grandes empresas fornecedores de bens em respeitar situações de vulnerabilidade dentro de uma estrutura constitucional que tem como fundamento a cidadania.

Em outras palavras, a observância do direito do consumidor como direito fundamental, se de um lado representa direito para os destinatários, por outro

representa obrigação por parte das empresas fornecedoras de produtos e serviços no mercado de consumo.

Isso porque, o grande desafio da empresa moderna é “vencer a aparente contradição entre a sobrevivência e crescimento, desenvolvimento e sustentabilidade. Crescer sem descuidar da dignidade humana, dos valores sociais do trabalho, da proteção ambiental” (NOGUEIRA, 2017, p. 152).

Deste modo, o equilíbrio entre interesses da empresa e interesses dos consumidores, assim entendido como todos aqueles que se enquadrem como tais, deve pautar o agir das grandes corporações, tanto sob o viés ético quanto pelo viés jurídico.

Evidentemente, se bem observados os preceitos éticos nas relações entre fornecedores e consumidores haverá um contrato seguro para ambas as partes. No entanto, ausente a eticidade, surge a necessidade de intervenção judicial para adequação das especificidades do direito contratual de consumo.

2.3 CONCEITOS QUE EVIDENCIAM A RELAÇÃO CONSUMERISTA

A relação de consumo é formada por elementos subjetivos e objetivos que a compõe.

No entanto, ante a ausência de maiores especificações acerca desta relação no Código de Defesa do Consumidor, ela é mais fática do que jurídica (DE LUCCA, 2008, p. 103).

De acordo com Bruno Miragem (2008, p. 92), “os conceitos de consumidor e fornecedor são dependentes, relacionais, uma vez que só haverá relação de consumo com a presença dos dois sujeitos”.

Isso quer dizer que a compreensão da aplicação do Código de Defesa do Consumidor pressupõe a assimilação de que é necessária a presença do consumidor e fornecedor na mesma relação.

Mas não é só isso. Cláudia Lima Marques (2014, p. 95-96), ao falar sobre o campo de aplicação do CDC, explica que:

[...] o grande desafio do intérprete e aplicador do CDC, como Código que

regula uma relação jurídica entre privados, é saber diferenciar e saber “ver” quem é comerciante, quem é civil, quem é consumidor, quem é fornecedor, quem faz parte da cadeia de produção e de distribuição e quem retira o bem do mercado como destinatário final, quem é equiparado a este, seja porque é uma coletividade que intervém na relação, porque é vítima de um acidente de consumo ou porque foi quem criou o risco no mercado. No caso do CDC é este exercício de definir quem é o sujeito ou quem são os sujeitos da relação contratual e extracontratual, que vai definir o campo de aplicação desta lei, isto é, a que relação ela se aplica. Como vimos, o diferente no CDC é seu campo de aplicação subjetivo (consumidor e fornecedor), seu campo de aplicação *ratione personae*, uma vez que materialmente ele se aplica em princípio a todas as relações contratuais e extracontratuais (campo de aplicação *ratione matéria*) entre consumidores e fornecedores.

Quer dizer que o intérprete do direito precisa estar atento para saber diferenciar tanto as pessoas envolvidas como as situações de mercado.

Superar esse desafio de delimitação do campo de atuação do Código de Defesa do Consumidor não é tarefa fácil, especialmente porque composta por vários elementos.

2.3.1 Elementos subjetivos das relações de consumo

Entre os elementos subjetivos que compõem a relação de consumo, o Código de Defesa do Consumidor tratou de denominá-los de consumidor e fornecedor.

Aqui, importante mencionar que a definição subjetiva neste direito é relacional, ou seja, só faz sentido para proteger um dos entes mais fracos da relação.

E mais, seu suporte fático pode advir de “relações jurídicas contratuais, extracontratuais e de relações de fato, com origem em uma conduta social típica, gerando um ou vários contratos e/ou demais espécies de relação e de situações jurídicas” (CATALAN; FROTA, 2017)

A propósito explica Cláudia Lima Marques (2014, p. 96) que o direito privado é complexo, visto que “diferencia subjetivamente para proteger os mais fracos, mas que valora a presença no outro polo da relação contratual ou extracontratual de um sujeito leigo ou *expert*”.

Daí a necessidade de se conceituar cada um dos elementos que compõem a relação de consumo.

2.3.1.1 Conceito de Consumidor

Acerca da definição de relação de consumo, dispõe conceitualmente o Código de Defesa do Consumidor que relação de consumo é aquela que se configura pela existência do consumidor de um lado do polo e do fornecedor do outro.

Assim, a teor do que dispõe o artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990).

Maria Helena Diniz (1998, p. 818), em seu dicionário jurídico, define consumidor como

1. Pessoa física ou jurídica que adquire ou usa produto ou serviço como destinatário final. 2. Coletividade de pessoas que intervêm numa relação de consumo. 3. Aquele que consome. 4. O que compra produtos para uso próprio, sem intenção de revende-los para obter lucro.

Explicando o conceito legislativo, fala-se que o Código adotou uma definição de caráter econômico, na medida que leva em consideração apenas quem “adquire bens ou então contrata a prestação de serviços, como destinatário final, pressupondo-se que assim agem com vistas ao atendimento de uma necessidade própria e não para o desenvolvimento de uma outra atividade negocial”.(FILOMENO, 2003, p. 28).

Outrossim, o Código de Defesa do Consumidor também preceitua que outras relações também poderão ser equiparadas a relações de consumo, é o chamado consumidor por equiparação, cujo instituto visa dar tratamento favorecido para aqueles que, embora não tenham celebrado contratos consumeristas, foram vítimas de acidente de consumo.

Cláudia Lima Marques (2014, p. 99) ao tratar sobre o tema, ensina que:

Quando se fala em proteção do consumidor, pensa-se inicialmente, na proteção do não profissional que contrata ou se relaciona com um profissional, comerciante, empresário, industrial ou profissional liberal. É o que se costuma denominar de noção subjetiva de consumidor, a qual excluiria totalmente do âmbito de proteção das normas de defesa dos consumidores todos os contratos concluídos entre dois profissionais e entre duas pessoas jurídicas comerciais, pois estes estariam agindo com o fim de lucro. É assim que na França e na Alemanha o consumidor é definido apenas como pessoas físicas (pessoas jurídicas estão excluídas, todas), definido como um leigo ou um não profissional que contrata ou se relaciona com um profissional para

fins familiares ou de suas necessidades de vida”.

No Brasil, entretanto, há uma definição mais ampla do conceito de consumidor, cuja única restrição seria a utilização do bem como destinatário final. A explicação da interpretação da expressão destinatário final será feita adiante.

Neste momento, entretanto, partindo da definição legal, pode-se afirmar que, em regra, a possibilidade de enquadrar a pessoa jurídica como consumidora estaria relacionada ao fato dela se utilizar ou não do produto para implemento de sua atividade empresarial.

Com efeito, a expressão destinatário final carece de interpretação e verificação de sua aplicação para, a partir daí, justificar argumentativamente a abrangência a ser dada ao termo.

Ademais, diante dos casos concretos, a caracterização ou não da implementação do produto ou serviço na atividade empresarial da empresa também pode ter contornos imprecisos.

2.3.1.2 Conceito de Fornecedor

A caracterização do fornecedor sob o aspecto contratual é importante para compreensão de como se estabelece a dinâmica de uma relação de consumo.

No entanto, para a finalidade deste trabalho, não será o conceito de fornecedor o elo fundamental que delimitará a aplicação ou não do Código de Defesa do Consumidor, visto que o problema gira em torno da delimitação do conceito de consumidor.

Sem delongas, o Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) estabelece que:

Art. 3º. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Vai daí a percepção de que a caracterização de fornecedor merece ser tratada

com amplitude, desde que presente o seu caráter de profissionalismo.

Neste sentido, oportuno destacar que:

O conceito de fornecedor, trazido pelo Código do Consumidor, é plenamente compatível com o conceito de empresário, conforme estabelecido pelo art. 966 do Código Civil, de forma que, sempre que alguém, seja pessoa física ou jurídica, desenvolva profissionalmente atividade econômica (produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços), será considerado empresário, e, como tal, fornecedor de produtos ou serviços ao mercado de consumo (BERTOLDI; RIBEIRO, 2013, p. 763).

Desta forma, não basta para configurar uma relação de consumo que de um lado do polo existe um fornecedor de produtos ou serviços, pois, diga-se de passagem, o cerne das relações empresariais é que sejam estabelecidas entre fornecedores de produtos ou serviços e consumidores.

O que não se pode deixar de ter em mente é que, por ser o direito do consumidor um direito relacional, haverá necessariamente que existir ao menos um fornecedor.

2.3.2 Elementos objetivos das relações de consumo

No que tange aos elementos objetivos de uma relação de consumo, a legislação consumerista descreveu os produtos e serviços.

A mesma ressalva acerca da definição de fornecedor vale para os elementos objetivos das relações de consumo, qual seja, esses elementos não são fundamentais para caracterização da empresa como consumidora ou não, mas sua compreensão é importante pois está relacionada com a compreensão fática da relação estabelecida.

O produto ou serviço adquirido fará diferença, entretanto, quando o problema for entender se ele integra ou não a cadeia de produção da empresa.

De forma interdisciplinar, cadeia produtiva pode ser assim entendida:

Do ponto de vista teórico, observa-se, uma progressão, em várias correntes de pensamento econômico, na direção de uma melhor formatação do conceito de cadeia produtiva. Cadeia produtiva é um conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam e vão sendo transformados e transferidos os diversos insumos. Esta definição abrangente permite incorporar diversas formas de cadeias (PROCHNIK, 2017).

Isso quer dizer que os insumos apenas fazem parte de uma etapa da cadeia produtiva, o qual será transformado ao final.

2.3.2.1 Conceito de Produto

Objetivamente, o produto integra a relação de consumo para sua adequada caracterização.

Segundo o artigo 3º, §1º, do Código de Defesa do Consumidor “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”.

Comentando acerca da definição legal, Rizzatto Nunes (2015, p. 137) afirma que “esse conceito de produto é universal nos dias atuais e está estruturalmente ligado a ideia do bem, resultado da produção no mercado de consumo das sociedades capitalistas contemporâneas”.

De forma bem ampliada, a administração de marketing entende que produto é tudo aquilo que se oferece no mercado de consumo para atender um desejo ou uma necessidade (KOTLER; KELLER, 2006).

Deste modo, o produto enquanto bem esperado pelo consumidor deve, pelo seu conceito, possuir uma ampla abrangência, atendendo a sua promessa de qualidade e de observar as expectativas criadas.

2.3.2.2 Conceito de Serviço

Assim como os produtos, os serviços também integram objetivamente as relações de consumo.

De acordo com o artigo 3º, §2º, do Código de Defesa do Consumidor “serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista”.

Desta leitura, percebe-se que tanto os produtos quanto os serviços são tratados genericamente, de maneira a abarcar o maior número de situações possíveis em defesa dos consumidores.

Mas, relembra-se, não se pode confundir a presença de um elemento objetivo, como a prestação de um serviço, com a configuração de uma relação de consumo. São coisas bem distintas.

2.3.3 Teorias maximalista, finalista e finalista mitigada

No caso de pessoa jurídica, para que ela possa ser enquadrada como consumidora, por definição legal, exige-se que seja destinatária final do bem.

A partir daí, existem duas principais correntes interpretativas que passaram a traçar linhas a fim de caracterizar a relação de consumo, quais sejam, a maximalista e a finalista.

Explicando acerca desse tema, fala-se que a corrente maximalista aceita para a caracterização da relação de consumo a simples realização de um ato de consumo, havendo uma interpretação bastante ampla do que se entenderia por destinatário final.

Afirma-se, também, que para a corrente finalista a conceituação do consumidor como destinatário final deve ser entendida como econômica, na medida que exigisse que o consumo atendesse uma necessidade própria do adquirente, o que excluiria das relações de consumo a aquisição de bens ou serviços destinados à revenda ou ao processo de manufatura de outros bens (CAVALIERI FILHO, 2009).

Assim, na visão maximalista, a expressão consumidor é defendida de forma mais ampla, porquanto a expressão destinatário final é sinônimo de destinatário fático do produto, ao passo que sob a ótica finalista é mais restrita, posto que o bem ou serviço adquirido não pode ser utilizado para atingir o fim social da empresa.

Cláudia Lima Marques (2014, p. 101) expõe que:

[...] os maximalistas viam nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não normas orientadas para proteger somente o consumidor não profissional. O CDC, seria um código geral sobre o consumo, um código para a sociedade de consumo, que institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores

Em outras palavras, a teoria maximalista entende pela possibilidade de interpretação ampliada do conceito de destinatário final, de modo que, ainda que a pessoa jurídica não seja a destinatária econômica final, poderá ser considerada como

tal.

Bem por isso, Antônio Herman Benjamin (2010, p. 86) critica essa teoria, uma vez que ela transformaria o direito do consumidor em direito privado geral, “pois retira do Código Civil quase todos os contratos comerciais, uma vez que comerciantes e profissionais consomem de forma intermediária insumos para sua atividade-fim”.

Crítica muito semelhante é feita por Paula Forgioni (2010, p. 30) ao afirmar que “a evolução e a consolidação do direito do consumidor como ramo autônomo em relação ao civil e comercial faz com que não mais se justifique a projeção dos contratos mercantis de forma ampla”.

Sob essa premissa, o que se busca afastar é a confusão na operacionalização de contratos que devem seguir regras próprias.

De outra banca a teoria finalista exige que o destinatário final demonstre que exauriu a função econômica do produto adquirido com a efetiva retirada do mercado de consumo. Assim:

[...] a definição de consumidor é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores. Esta tutela só existe porque o consumidor é a parte vulnerável nas relações contratuais no mercado, como afirma o próprio CDC no art. 4º, inciso I. Logo, conviria delimitar claramente quem merece esta tutela e quem não necessita dela, quem é consumidor e quem não é. Os finalistas propõem, então, que se interprete a expressão ‘destinatário final’ do art. 2º de maneira restrita, como requerem os princípios básicos do CDC, exposto nos arts. 4º e 6º (MARQUES, 2014, p. 99).

Neste contexto, excluir-se-ia a proteção do Código de Defesa do Consumidor a situação em que o produto retornasse para a cadeia de produção ou distribuição e, portanto, não fosse retirado definitivamente do mercado.

Aqui, oportuno mencionar que existe margem para interpretação. A questão fundamental para entender tal limite é saber se o produto ou serviço adquirido influencia na atividade empresarial de tal forma que sem eles, a qualidade ou quantidade do seu próprio produto ou serviço restaria prejudicada (BERTOLDI; RIBEIRO, 2013).

De tal modo, efetivamente o fornecedor somente seria considerado destinatário final quando:

[...] adquire produto ou contrata serviço que não guarde relação direta com a qualidade e quantidade dos produtos ou serviços eu coloca no mercado, tal

como um veículo destinado a servir a diretoria, cestas de Natal para distribuição aos funcionários ou, ainda, a assinatura de canal fechado de TV para entretenimento dos empregados em horário de almoço, nestes casos, como o empresário é destinatário final fático e econômico do bem ou serviço, será ele, efetivamente, consumidor (BERTOLDI; RIBEIRO, 2013, p. 764).

No entanto, diante da insuficiência dessas duas teorias de forma independentes, passou-se a admitir a possibilidade de mitigação dos rigores da teoria finalista para entender como consumidora a pessoa física ou jurídica que, embora não se utilizasse dos serviços como destinatária econômica, estivessem em condição de vulnerabilidade.

De modo bem didático, a teoria finalista mitigada, também denominada de temperada, moderada ou aprofundada, admite que um ente que realize um consumo intermediário seja equiparado a consumidor, desde que comprovada alguma vulnerabilidade frente ao fornecedor, uma vez que a vulnerabilidade constitui o princípio-motor da política nacional das relações de consumo.

Isso porque, embora uma pessoa jurídica não seja a destinatária final de um produto, como previsto legalmente, em determinados contextos poderá estar em situação de vulnerabilidade, que não se resume a onerosidade excessiva, diante do fornecedor do produto ou serviço a justificar a relativização desse conceito.

Atentamente refletindo acerca do tema, Cláudia Lima Marques (2002, p. 280) expõe que o reconhecimento da vulnerabilidade deve ser a exceção, já que “a regra é a exclusão *‘ab initio’* do profissional da proteção do Código, mas as exceções virão através da ação da jurisprudência, em virtude da vulnerabilidade do profissional”.

Tal advertência se justificaria, justamente como forma de não banalizar a caracterização dos consumidores, deixando de servir como instrumento de reequilíbrio e proteção de um desigual.

3 CONTORNOS PRINCÍPIOLÓGICOS DA CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA COMO CONSUMIDORA E OS FUNDAMENTOS DO DIREITO PRIVADO

Feitas as considerações conceituais, parte-se para análise dos princípios que regem as relações de consumo. Tal estudo se justifica pela necessidade de verificar a necessidade/utilidade de aplicação de princípios de um microsistema (consumerista) em relações envolvendo outro (empresarial), especialmente diante da importância fundamental que eles exercem no âmbito jurídico.

De acordo com a reflexão feita por Luiz Rodrigues Wambier (2001, p. 65) ao se questionar o que seriam princípios ele afirma, em seguida, que são “regras não escritas, de caráter geral, que tem a função de inspirar e orientar o legislador ao escrever os textos de leis [...]. Portanto, devem servir de vetores orientativos para o intérprete”.

Sobre os princípios do direito Carlos Maximiliano (2006, p. 300) traz que eles representam “o índice materializado de um sistema orgânico, a concretização de uma doutrina, série de postulados que enfeixam princípios superiores. Constituem estes as ‘diretivas’, ideias do hermeneuta, os pressupostos científicos da ordem jurídica”.

Os princípios representam, pois, inspiração diretiva para estudo dos pressupostos jurídicos de qualquer ramo do direito.

Também sobre os princípios do Direito, Maria Helena Diniz (2008, p. 477) diz “são normas de valor genérico que orientam a compreensão do sistema jurídico, em sua aplicação e integração, estejam ou não positivadas”.

Dito de outro modo, os princípios explícitos ou implícitos representam a essência de determinado ramo de estudo jurídico, de modo que não podem ser abandonados, sob pena de total desvirtuamento de sua finalidade.

Para tentar responder a pergunta sobre a fundamentação de utilização dos princípios do direito do consumidor em uma relação empresarial – visto se tratarem de campos de atuação diferenciados – é preciso ter em mente a nova visão das relações contratuais na atualidade, ante a crise da denominada autonomia da vontade privada.

Neste sentido, o professor argentino Ricardo Luis Lorenzetti (1998), ao tratar sobre os fundamentos do direito privado, consegue, com uma visão transnacional, contribuir para o esclarecimento do problema.

De início, ao falar sobre a descodificação do direito privado consegue deixar claro que o surgimento dos microssistemas não pode representar o esvaziamento de uma visão “da globalidade, da pretensão de regular a sociedade em seu conjunto” (LORENZETTI, 1998, p. 56).

Isso quer dizer, justamente que, embora o direito empresarial tenha seus “próprios princípios, seus doutrinadores e congressos” (LORENZETTI, 1998, p. 47), não pode se apoiar em suas verdades imparciais, sem permitir a conversa com outros ramos do direito.

Esta visão de sistemas ou microssistemas tem fundamental relevância quando o assunto é o Código de Defesa do Consumidor.

Explica-se que:

Dentre os microssistemas, destaca-se a Lei n. 8.078/90, que introduziu uma legislação protetiva do consumidor e instaurou um regime jurídico que afasta o princípio da igualdade formal e abstrata entre as pessoas, e tem por objetivo a transparência das relações jurídicas, mediante o efetivo equilíbrio da equação jurídico-econômica do vínculo de consumo. De um microssistema pode-se obter, por derivação, leis específicas que sofrem, primeiramente, a aplicação subsidiária do microssistema para, somente após a constatação da inexistência de regra a ser aplicada, tornar-se possível ao intérprete valer-se da norma do sistema. A esse conjunto de normas jurídicas, disposto em uma mesma lei específica, cujos valores principiológicos advêm de um mesmo microssistema, dá-se o nome de subsistema. (LISBOA, 2012, p. 67/68).

Verificar se esses vetores interpretativos do direito do consumidor devem ser aplicados ao direito empresarial é, pois, a tarefa que se segue.

3.1 PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Os princípios atinentes ao Direito do Consumidor são elencados no artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor e apresentam-se como normas narrativas, servindo para interpretar e guiar as demais normas de consumo (MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM 2013).

Para uma visão inicial deles, transcreve-se o artigo que trata sobre o tema:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua

dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo (BRASIL, 1990).

Importante lembrar que o direito do consumidor necessita de uma análise principiológica para sua correta interpretação, compreensão e aplicação das regras previstas no código de defesa do consumidor.

Com a intenção de se tutelar não apenas a dignidade dos consumidores em uma relação de consumo, mas também a harmonia destas relações de consumo, o Art. 4º do código de defesa do consumidor nitidamente demonstra o caráter protetivo que se procura na aplicabilidade deste código.

Por existir um desequilíbrio entre as partes fornecedoras e consumidoras, busca-se proibir ou limitar certas práticas costumeiras de mercado, procurando resguardar a defesa dos consumidores.

José Geral Brito Filomeno (2003, p. 11), com ênfase, confirma a importância do art. 4º do Código de Defesa do Consumidor, afirmando que é a alma deste diploma, já que “não visa apenas às necessidades dos consumidores e respeito à sua dignidade de sua saúde e segurança, proteção de seus interesses econômicos, melhoria de sua qualidade de vida, como também à imprescindível harmonia das

relações de consumo”.

Deste modo, a proteção econômica do consumidor pode ser vista como o cerne para harmonia dessas relações.

De um modo mais amplo, percebe-se que o código de defesa do consumidor deve ser tratado com multidisciplinaridade, de forma mais abrangente, como demonstra Marcelo Gomes Sodré (2007, p. 171):

o Código de Defesa do Consumidor pode ser visto como uma lei multidisciplinar abrangente, posto que abarca o direito civil, penal, processual, administrativo e comercial, formulada a partir da ideia da vulnerabilidade do consumidor. É importante notar a afirmação da autonomia deste novo ramo do direito e é nesse sentido básico que diversos autores tratam o tema.

Os esforços para obtenção de um consumo consciente e seguro devem ser, pois, as premissas básicas do direito consumerista.

Ademais, ao abordar a caracterização da empresa como consumidora é preciso compreender o norte de valoração dado a este ramo do direito.

Assim, a seguir, será feita uma análise de cada um desses princípios, com o objetivo de encontrar os limites para aplicação desta legislação.

3.1.1 Princípio do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor (art. 4º, I, CDC)

O primeiro princípio elencado no inciso I do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor é apresentado como o ponto de partida para a existência de uma legislação específica disciplinando tais relações.

Isso porque é comum que nos contratos exista um desequilíbrio entre os contratantes, com a existência de um polo mais fraco que se vê impossibilitado de discutir o conteúdo das cláusulas contratadas.

Explica-se que o consumidor:

Se fragiliza em seu poder de negociação, o que leva à necessidade de coibir práticas ilícitas resultantes de um sistema econômico competitivo, que nem sempre respeita os valores éticos, causando variados danos aos consumidores, no que diz respeito à sua vida, privacidade e interesses econômicos ou a outros bens CARVALHO, 2009, p. 728).

Assim, o reconhecimento da vulnerabilidade, em tese, decorre da caracterização da existência de um agente fragilizado na relação, cuja premissa básica impõe que o equilíbrio entre as partes seja harmonizado.

Como explica Felipe Peixoto Braga Netto (2011, p. 49):

a situação de vulnerabilidade da pessoa física (consumidora) é presumida, ao passo em que a vulnerabilidade da pessoa jurídica (consumidora) deverá ser demonstrada no caso concreto. Isso não colide com a afirmação que fizemos de que todos os consumidores são vulneráveis. Se a vulnerabilidade da pessoa jurídica não for demonstrada, pode ser que estejamos diante de uma relação empresarial, e não de consumo.

Dito de modo bem direto, reconhecer a vulnerabilidade do consumidor significa compreender que “o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo” (NUNES, 2015, p. 129)

Acerca da vulnerabilidade, ensina Arruda Alvin (1995, p. 45) que:

A vulnerabilidade do consumidor é incindível no contexto das relações de consumo e independentemente do seu grau de cultura ou econômico, não admitindo prova ao contrário, por não se tratar de mera presunção legal. É a vulnerabilidade, qualidade intrínseca, ingênita, peculiar, imanente e indissociável de todos que se colocam na posição de consumidor, em face do conceito legal, pouco importando sua condição social, cultural ou econômica quer se trate de consumidor pessoa física ou consumidor pessoa jurídica.

A vulnerabilidade, por seu turno, seria uma qualidade intrínseca de todos que se colocam na situação de consumidor, na medida que não controlam os meios de produção.

Como visto, a questão da vulnerabilidade presumida da pessoa jurídica não é unânime na doutrina. Se de um lado, pesquisadores como Felipe Peixoto Braga Netto (2011, p. 48) sustentam que a pessoa jurídica não goza dessa presunção ao afirmar que “se a vulnerabilidade da pessoa jurídica não for demonstrada, pode ser que estejamos diante de uma relação empresarial, e não de consumo”, de outro lado, há quem defenda que ela é inerente a todas as relações de consumo.

O que não se pode negar é que, se a vulnerabilidade é o ponto de partida para proteção do consumidor, não haveria razão para se proteger uma empresa que não

apresentasse qualquer modalidade de vulnerabilidade ante o fornecedor, caso não fosse destinatária final do bem.

Desse modo, surgiria uma incongruência legislativa, pois se a pessoa jurídica fosse destinatária final de um produto estaria totalmente resguardada pela legislação consumerista, independente da vulnerabilidade, ao passo que, não sendo destinatária final, ficaria descoberta dessa proteção.

Vai daí a necessidade de uma correta interpretação principiológica daquilo que o Código de Defesa do Consumidor se propõe a defender.

3.1.2 Princípio do intervencionismo do Estado (art. 4º, II, CDC)

Com a evolução tecnológica é cada vez mais comum que o consumo seja realizado por meio de contratação em massa.

Tal sistemática tem o condão de gerar uma flagrante relação desequilibrada, ensejando e justificando, assim, a necessidade de intervenção do Estado.

Aliás, ao falar de intervenção estatal para reequilibrar relações, é sempre oportuno rememorar a reflexão de Celso Antônio Bandeira de Mello (2010, p. 11) acerca do tema:

O que permite radicalizar alguns sob a rubrica de iguais e outros sob a rubrica de desiguais: Em suma: qual o critério legitimamente manipulável – sem agravos à isonomia – que autoriza distinguir pessoas e situações em grupos apartados para fins de tratamento jurídicos diversos? Afinal, que espécie de igualdade veda e que tipo de desigualdade faculta a discriminação de situações e de pessoas, sem quebra e agressão aos objetivos transfundidos no princípio constitucional da isonomia?

O princípio do intervencionismo estatal engloba tanto a atuação direta do Estado, quanto o incentivo do desenvolvimento de associações representantes dos consumidores. Considera, ainda, a possibilidade de o Estado estar presente no mercado de consumo e a busca por garantia de produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

Nesse tópico, importante destacar que o equilíbrio do mercado pode acontecer de duas formas principais, o primeiro exclusivamente privado, pelo qual os próprios agentes se encarregariam de acabar com práticas abusivas e o segundo pelo modelo

intervencionista, adotado no Direito Brasileiro, o qual se fundamenta em normas que “traduzem-se em regramento pelo Estado daquilo que, conforme preconizado pelos economistas liberais, deveria permanecer na esfera exclusiva de decisão dos sujeitos envolvidos” (GRINOVER; BENJAMIN, 2007, p. 07).

A intervenção estatal se justifica, pois, pela busca de uma justiça fundamentada na harmonização dos mais valiosos interesses sociais.

3.1.3 Princípio da harmonização de interesses (art. 4º, III, CDC)

O princípio da harmonização dos interesses impõe que haja uma compatibilização entre os interesses do consumidor com o desenvolvimento econômico e tecnológico do país.

Essa harmonização, seguindo o raciocínio legislativo, será viabilizada “com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores” (BRASIL, 1990, art. 4º, III).

Tal harmonização interessa tanto ao consumidor quanto ao fornecedor. Acontecendo uma relação de consumo de forma justa atende as necessidades de quem consome, justificando a existência de um fornecedor. Busca-se assim chegar a um ponto de equilíbrio entre as partes.

O papel do Estado no controle das atividades da economia deve ocorrer da necessidade da intervenção em caso de excessos, devendo regular e planejar economicamente sua atuação. Deve buscar a segurança e os interesses coletivos, de forma direta ou indireta, em situações que possuam relevância.

Possuindo o poder/dever de mediador nas relações de consumo, o Estado deve-se ater ao fato de que as decisões tomadas pelos fornecedores devem ser por eles mesmos custeadas. A função estatal deve ser manter o equilíbrio, evitar, ou na sua ocorrência, solucionar conflitos.

Assim:

A intervenção do Estado (União, Estados, Municípios e Distrito Federal – diretamente ou por intermédios dos órgãos de proteção e defesa de consumidor) na proteção do consumidor não o coloca em situação de vantagem ou benefício unilateral em relação ao fornecedor, mas visa ao equilíbrio e a harmonização deste frente a uma situação que é desigual desde

seu nascedouro (SILVA, 2014, p. 102).

O equilíbrio almejado pelo código deve ser proporcional às condições que as partes possuem perante a relação de consumo. A parte mais fraca, ou seja, o consumidor deverá, via de regra, ser protegido, independentemente de ser uma pessoa física ou uma pessoa jurídica.

Não obstante, a legislação consumerista busca a harmonização das relações de consumo, o que demanda a garantia de manutenção de equilíbrio entre as partes desiguais. Assim, o ganho do fornecedor deve decorrer de razoável e justificado empenho incorporado no oferecimento regular do produto ou serviço, ficando preservada a liberdade de escolha do consumidor. O trabalho é o fruto de riquezas por excelência no mercado e o Direito se rege pelo princípio de proibição do enriquecimento sem causa (art. 884, 172 Código Civil), qual seja, de não reconhecer ganhos sem contrapartida proporcional, decorrentes de ardios contrários à boa-fé do consumidor (SILVA, 2014, p. 171-172).

Ainda assim, deve-se levar em conta que a tomada de medidas desproporcionais ou exacerbação da burocracia para com o fornecedor pode impedir, dificultar ou enfraquecer o desenvolvimento econômico dessa cadeia produtiva, o que inevitavelmente acabaria levando à inviabilização da manutenção das relações consumeristas.

Percebe-se, então, que para realmente haver a harmonização das relações de consumo, tem-se por fundamental o cumprimento dos princípios e clareza das informações prestadas pelos fornecedores do código de defesa do consumidor.

3.1.3.1 Harmonização por meio da boa-fé

A boa-fé objetiva, de acordo com as peculiaridades de cada caso, servirá para que seja examinado se as partes observaram os esperados padrões éticos de conduta que legitimamente se poderia esperar de cada contratante.

Nas palavras de Silvio Rodrigues (2002, p. 60), a boa-fé é “[...] um conceito ético, moldado nas ideias de proceder com correção, com dignidade, pautando sua atitude pelos princípios da honestidade, da boa intenção e no propósito de a ninguém

prejudicar."

Na prática, a harmonização dos interesses será juridicamente efetuada quando forem mitigados princípios como o do *pacta sunt servanda* ou da autonomia da vontade, por meio da anulação de cláusulas que não atenderem a boa-fé que deve pautar a relação entre as partes.

Deste modo, ainda que um contrato seja instituído sem qualquer vício de consentimento, haverá possibilidade de sua revisão, com o escopo de harmonizar os interesses dos agentes de consumo.

3.1.3.2 Harmonização por meio da busca pelo equilíbrio contratual

Outro importante mecanismo para harmonização dos interesses entre consumidores e fornecedores é a busca pela equidade.

Assim, as normas relacionadas a proteção contratual do consumidor visam justamente reprimir cláusulas abusivas e regulamentar os contratos em que as cláusulas são estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor.

Para garantir que processualmente essa busca pelo equilíbrio seja facilitada, o Código possibilita, como exemplo, a inversão do ônus da prova como uma forma de garantir uma isonomia entre os litigantes.

Trata-se de direito básico do consumidor, conforme artigo 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor

Tal direito se caracteriza pela "facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiência".

É de se destacar que "as hipóteses trazidas pela lei não são cumulativas: sendo verossímil a alegação ou hipossuficiente o consumidor, a inversão do ônus da prova poderá ser determinada" (SOUZA, 2000, p. 186).

Assim, a hipossuficiência técnica do consumidor frente ao fornecedor que reúna melhores condições de produção da prova já é situação suficiente a ensejar a inversão do ônus da prova.

3.1.4 Princípio da informação (art. 4º, IV, CDC)

Diferentemente do que possa parecer, a defesa do consumidor não é um elemento desestabilizador do mercado, visto que fomentar a informação acerca dos direitos dos consumidores é, de certo modo, uma tentativa de estimular um consumo mais seguro e consciente.

Nesse passo, tanto a iniciativa privada quanto o poder público passam a ter a responsabilidade de informar adequadamente os fornecedores e consumidores acerca da necessidade de serem responsáveis e criteriosos em relação aos bens e serviços comercializados.

Destaque-se que a informação ao consumidor pode englobar tanto a educação formal, por meio de cursos ministrados por instituições de ensino, quanto a educação informal, mediante materiais informativos disponibilizados com o objetivo de levar o consumidor a um consumo de mais qualidade.

Diante da primazia de que o consumidor seja bem informado, é comum, para exemplificar, que sejam firmados termos de ajustamento de conduta com fornecedores para que façam abordagens educativas em suas comunidades ou para que forneçam cartilhas acerca de temas relacionados ao consumo consciente.

Ressalte-se, ainda, que o dever de informação que se impõe ao fornecedor deve ser respeitado em todas as fases da negociação. Isso quer dizer que tanto em momentos pré-contratuais ou pós-contratuais é legítimo que o consumidor receba uma informação o mais precisa possível.

Nesse passo, o artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) prevê que

Art. 30 - **Toda informação** ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma de meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e **integra o contrato que vier a ser celebrado** (sem grifo no original).

Dessa forma, a legislação prevê uma forma de equilibrar a relação desde o momento da publicidade até a efetiva formalização do contrato.

3.1.5 Princípio da eficiência (art. 4º, V, CDC)

O princípio da eficiência nas relações de consumo busca a oferta de produtos e/ou a prestação de serviços com a qualidade esperada pelo consumidor.

Isso quer dizer que não basta, por exemplo, que o serviço seja prestado, mas sim que o serviço atenda efetivamente a todas as necessidades daquele que o contratou.

Aqui é importante destacar que quando o consumidor é uma pessoa jurídica esse princípio assume contornos de maior relevância, visto que, certamente, a oferta de produtos ou serviços de qualidade é essencial para toda a cadeia produtiva.

Aliás, um negócio para ser considerado, de fato, eficiente, necessita que os objetivos nele propostos sejam efetivamente alcançados.

3.1.5.1 Eficiência por meio da qualidade no controle de qualidade e segurança

Para buscar a eficiência almejada pelos consumidores o principal instrumento disponível aos fornecedores é o de controle da qualidade e da segurança.

O efetivo controle de qualidade por parte das empresas representa atitude preventiva e de respeito com aqueles que, na prática, fazem girar a economia, ou seja, os consumidores.

De início, as empresas precisam estar atentas para bem informar acerca dos produtos e serviços prestados, principalmente como forma de prevenir uma posterior insatisfação.

Além disso, os departamentos de atendimento ao consumidor devem ser vistos como valiosos canais para que as empresas possam desenvolver da melhor maneira possível suas atividades.

Isso porque é por meio de um atendimento adequado que se poderá constatar e corrigir desvios na prestação dos serviços, evitando-se, assim, desdobramentos mais desgastantes para resolução dos problemas apresentados.

3.1.5.2 Eficiência por meio de mecanismos alternativos de solução de conflitos

Embora o Código de Defesa do Consumidor incentive a criação de mecanismos para buscar alternativas para solução de conflitos com os consumidores, a judicialização ainda é muito grande na tentativa por resolver essas questões.

Acerca da cultura da judicialização e da questão da cidadania, adverte Leonardo de Medeiros Garcia (2010, p. 59-60) que:

a resolução suasório dos conflitos projeta ainda uma externalidade positiva, qual seja a de *estimular a vera cidadania*, que consiste na busca da solução da pendência entre os próprios interessados, ainda que com um auxílio externo, e, não, no vazo de entregar todo e qualquer conflito, iminente ou já instaurado, em mãos do Estado-juiz, geralmente antes e fora do *ponto de maturação*. Essa *cultura demandista* representa um falacioso exercício de cidadania, na medida em que promove o afastamento entre as partes, acirra os desentendimentos e estende o conflito a um ponto futuro indefinido, esgarçando o tecido social e sobrecarregando a justiça estatal de controvérsias que, antes e superiormente, poderiam e deveriam resolver-se em modo auto ou heterocompositivo.

Assim, nas relações entre empresários e consumidores, estimular a solução consensual dos conflitos com ou sem a intervenção de um terceiro, além de evitar a utilização desmedida do Poder Judiciário, pode contribuir para o fortalecimento da cidadania.

Tratando-se de empresas-consumidoras deve-se ter em mente que esse parâmetro possui duas vertentes, pois a eficiência será necessária tanto na relação empresa e empresa-consumidora como, no posterior relação, empresa-fornecedora e consumidor final.

3.1.6 Princípio da repressão de abusos (art. 4º, VI, CDC)

A repressão de abusos do mercado, como por exemplo a concorrência desleal, é princípio relacionado com as relações de consumo, na medida que somente uma concorrência justa poderá efetivamente oferecer a melhor oferta.

É comum a prática de concorrência desleal por meio de fornecimento de

produtos suscetíveis de causar confusão no consumidor que o adquire.

Tal prática, além de prejudicar o fornecedor concorrente, pode levar o consumidor a realizar a compra de um produto de forma equivocada, o que certamente não é interessante socialmente.

Nesse sentido:

A marca é relevante componente do estabelecimento do empresário e fundamental instrumento para garantia da higidez das relações de consumo. Desse modo, outra noção importante a ser observada quanto à marca é o seu elemento subjetivo, que permite ao consumidor correlacionar a marca ao produto ou serviço, evitando, por outro lado, o desleal desvio de clientela (BRASIL, Superior Tribunal de Justiça, 2017).

Assim, a repressão de abusos, além de evitar o desleal desvio de clientela, também é um importante instrumento para defesa da higidez das relações de consumo.

No caso de empresas deve-se ressaltar, ainda, que elas são economicamente as maiores interessadas em reprimir abusos e deveriam utilizar todos os esforços para que eles não fossem cometidos.

3.1.7 Princípio da racionalização dos serviços públicos (art. 4º, VII, CDC)

Diante da participação do Poder Público em diversos setores de prestação de serviços aos consumidores, como, por exemplo, no fornecimento de energia elétrica, Código de Defesa do Consumidor estabeleceu como princípio básico a racionalização dos serviços públicos.

Celso Antônio Bandeira de Mello (1999, p. 477) entende que o conceito de serviço público é:

toda atividade de oferecimento de utilidade ou comodidade material fruível diretamente pelos administrados, prestado pelo Estado ou por quem lhe faça as vezes, sob um regime de Direito Público (...) instituído pelo Estado em favor dos interesses que houver definido como próprios no sistema normativo.

Já Odete Medauar (2010, p. 326) traz:

Serviço público, como um capítulo do direito administrativo, diz respeito à atividade realizada no âmbito das atribuições da Administração, inserida no Executivo. E refere-se a atividade prestacional, em que o poder público propicia algo necessário à vida coletiva, como, por exemplo, água, energia elétrica, transporte urbano. As atividades-meio (por exemplo: arrecadação de tributos, serviços de arquivo, limpeza de repartições, vigilância de repartições) não se incluem na acepção técnica de serviço público.

Nos casos de prestação de serviço público frente a uma pessoa jurídica, certo é que o Código de Defesa do Consumidor, no seu artigo 22, impõe como obrigação dos órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias ou permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, a obrigação de fornecer serviços adequados, seguros e eficientes.

Importante, ainda, lembrar que os serviços prestados pelo Estado podem ser prestados de forma geral ou individual:

(...) os serviços *uti universi* ou gerais, sem destinatários determinados, por exemplo coleta de lixo, limpeza de ruas, iluminação pública; e os serviços *uti singuli* ou individuais, prestados a usuários determinados, por exemplo, água, telefone, gás canalizado. Ainda, os primeiros, de regra, não são diretamente remunerados pelos usuários; os segundos, por terem usuários identificados, são pagos diretamente, por meio de tarifas ou taxas. (MEDAUAR, 2010, p. 330)

Assim, embora nem todos os serviços públicos se submetam às regras do código de defesa do consumidor, quando houver tal submissão e a pessoa consumidora for empresa deverá existir uma oferta de boa qualidade que, se não prestada, possa ser buscado com amparo da legislação consumerista.

A racionalização é, assim, uma tentativa de apresentar os melhores resultados com o mínimo de recursos possíveis.

Os conceitos consumeristas do código de defesa do consumidor são de forma geral flexíveis, permitem que acompanhe as modificações mercantis ao longo de sua vigência.

3.1.8 Princípio do estudo do mercado de consumo (art. 4º, VIII, CDC)

A constante mudança do mercado de consumo é fruto da evolução social, econômica e tecnológica com que se desenvolve a sociedade.

Assim, os costumes e formas de consumo que se estabeleciam em um determinado tempo e espaço mudarão e precisarão de adequação em outros momentos.

É com essa visão que tanto o poder público quanto a iniciativa privada devem buscar tratar os anseios dos consumidores, ou seja, respeitando suas necessidades de um modo contínuo e conhecendo o mercado de consumo que os cercam.

Aqui, importante lembrar que, por vezes, o mesmo mercado de consumo será constituído de consumidores pessoas físicas e consumidores pessoas jurídicas, como ocorre, por exemplo, nas questões envolvendo a telecomunicação.

Nestes casos, a utilização do Código de Defesa quando presente uma pessoa jurídica em situação de vulnerabilidade pode representar um aprimoramento deste mercado, porquanto fará com que o fornecedor esteja mais atento às necessidades de todos os seus clientes na busca de plena satisfação.

O conhecimento da dinâmica do mercado, deste modo, torna-se princípio relevante para compreensão da necessidade de reconhecer a pessoa jurídica como consumidora.

3.2 A EMPRESA CONSUMIDORA E OS PRINCÍPIOS

A partir do estudo dos princípios elencados no Código de Defesa do Consumidor é possível, então, fazer uma ligação entre eles e a possibilidade de caracterização da pessoa jurídica como consumidora, notadamente nas hipóteses em que não for destinatária final do produto ou serviço.

Entre todos, o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor certamente merece destaque na medida que apresenta-se como o ponto de partida para a existência de uma legislação específica em defesa do consumidor.

Mas a importância principiológica vai além. Isso porque, o reconhecimento da

necessidade de intervenção estatal e da harmonização dos interesses também demonstram que a principal preocupação legislativa está fundamentada na busca de reequilibrar desiguais.

Nesse passo, os princípios da informação, eficiência, estímulo de mecanismos alternativos de resolução de conflitos, repressão de abusos e racionalização dos serviços públicos surgem como valiosas garantias para uma sociedade de consumo com um mercado que apresenta como consequência produtos e serviços de melhor qualidade, tanto para consumidores pessoas físicas como jurídicas.

3.2.1 Vulnerabilidade empresarial

Quando se fala em vulnerabilidade empresarial, como no presente trabalho, a questão ganha contornos antagônicos.

Se de um lado exige-se que a empresa exerça sua atividade com profissionalismo como se poderia falar em vulnerabilidade de outro lado?

Pois bem. A vulnerabilidade empresarial possui as mesmas vertentes da vulnerabilidade aplicada para outros consumidores, ou seja, pode ser fática, técnica, jurídica ou informacional (MARQUES, 2002).

Existem, no entanto, algumas peculiaridades se a empresa não for destinatária final do produto.

Veja-se, espera-se que uma empresa que adquire uma máquina para sua produção pesquise sobre o produto que está adquirindo e por meio de seus profissionais escolha analiticamente qual atende melhor suas expectativas. Como reconhecer, então, a sua vulnerabilidade no caso de surgimento de controvérsias com os fornecedores?

Como visto no estudo dos princípios, o Código de Defesa do Consumidor tem um caráter de reequilíbrio e neste contexto é bem verdade que, embora a empresa deva agir com profissionalismo ao adquirir produtos e serviços, nem sempre a presença de pessoas jurídicas na relação de consumo implica na existência de igualdade entre elas.

Assim, a peculiaridade da vulnerabilidade empresarial reside na existência de flagrante desequilíbrio entre os negociantes, que, neste caso, deve ser comprovado,

pois não se presume.

3.2.2 Intervenção estatal na esfera das relações empresariais e (des) necessidade de alteração legislativa

Reconhecida a vulnerabilidade empresarial passa a ser legítima a intervenção do Estado para buscar o reequilíbrio dessa relação.

A partir de uma interpretação teleológica do Código de Defesa do Consumidor, a intervenção do Estado nestas situações tem contornos absolutamente compatíveis com o espírito legislativo de facilitação da defesa dos consumidores.

Assim, do mesmo modo como a incidência do Código de Defesa do Consumidor é excepcional para empresas que não são destinatárias finais, a intervenção nestes casos também deverá, pois, calcada em uma situação fática que a justifica.

Dito isso, surge a questão se o problema poderia ser resolvido com a alteração legislativa do Código de Defesa do Consumidor, ao ampliar regulamentar quais casos deveriam ser entendidos como de destinatários finais.

Ao tratar sobre a abundante proliferação de leis, oportuno lembrar a afirmação de que pode ser ingenuidade acreditar que simplesmente “frente a um problema, é preciso editar uma lei” (LORENZETTI, 1998, p. 57), tanto mais diante da constante modificação da sociedade.

Neste passo, a interpretação de regras gerais ainda se mostra como uma alternativa adequada, desde que fundamentada em vetores sólidos, porquanto, diante da extensa possibilidade de situações envolvendo empresas, seria difícil apontar todas as possibilidades de enquadramento ou não como relação de consumo.

Oportuno lembrar que:

O Código Civil perdeu a capacidade de apresentar-se como norma superior. O controle judicial da Administração, do Poder Legislativo, dos grupos e dos individuais, relacionando-se de forma considerável, exorbita em muitos aspectos a codificação tradicional. A ideia de superioridade no mundo atual é a de sistema de normas fundamentais, que se encontram nas “fontes superiores”: Constituições, tratados, princípios, valores (LORENZETTI, 1998, p. 79).

Vai daí a ideia de compreensão do sistema jurídico de forma ampla e valorativa, tratando cada caso de maneira interligada, respeitados os limites interpretativos de cada microssistema.

4 CONTORNOS JURISPRUDENCIAIS DA CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA COMO CONSUMIDORA

Partindo da compreensão de jurisprudência como “a reunião de decisões judiciais interpretadoras do Direito vigente” (Nader, 2003, p. 165) a pesquisa buscou argumentos judiciais para ampliação ou restrição da expressão destinatário final.

A pesquisa abarcou todos os tribunais estaduais e o Superior Tribunal de Justiça, a fim de que as conclusões obtidas estejam efetivamente fundamentada na compreensão mais atual sobre o tema, inclusive sob a ótica do realismo jurídico.

Como critério de busca, a pesquisa realizada no Superior Tribunal de Justiça buscou os informativos de jurisprudências acerca da expressão finalista.

A decisão de realizar a pesquisa a partir dos informativos da Corte Superior partiu da relevância desses informativos, na medida que apresentam as notícias das teses firmadas com maior repercussão no meio jurídico.

Nos Tribunais estaduais a pesquisa foi realizada na consulta de jurisprudência, por meio de consulta de decisões que utilizassem as expressões maximalista e finalista, buscando-se pelos julgados mais recentes na data do acesso que se fundamentaram em uma ou outra teoria. Nas hipóteses em que tal pesquisa não retornou nenhum resultado, utilizou-se a expressão destinatário final, com a finalidade de verificar qual das teorias foi adotada.

Oportuno ressaltar que, apenas ao final dos relatórios serão apresentadas as respectivas análises, como forma de sistematizar metodologicamente o que foi pesquisado.

4.1 A PESSOA JURÍDICA COMO CONSUMIDORA SOB A PERSPECTIVA DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

As discussões acerca do tema pesquisado e, de modo geral, acerca dos direitos dos consumidores estão cada vez mais em voga e, certamente, “ainda há muito o que se doutrinar sobre o assunto, de acordo com a sua evolução jurisprudencial e as dúvidas que por certo advirão com a sua aplicabilidade” (SELLOS, 2017).

Bem por isso, a pesquisa da perspectiva do Superior Tribunal de Justiça sobre o tema, diante da sua relevância, afigura-se com um adequado ponto de partida para a pesquisa.

4.1.1 Relatório dos Informativos de Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça

A consulta dos informativos do Superior Tribunal de Justiça contendo a expressão finalista resultou em 15 (quinze) notícias acerca do tema, conforme pesquisa documental no site do Tribunal (BRASIL, Superior Tribunal de Justiça, 2016).

O primeiro documento em que o tema foi noticiado foi no informativo 0236, do período de 21 a 25 de fevereiro de 2005, fazendo menção ao Recurso Especial nº 661.145-ES, do relator Ministro Jorge Scatezzini, julgado em 22 de fevereiro de 2005, pela quarta turma.

O caso tratava de indenização por danos morais e materiais, sob a alegação de suspensão indevida do fornecimento de energia elétrica. Na hipótese já se destacava que a Segunda Seção perfilhava da orientação doutrinária finalista ou subjetiva, com um certo abrandamento em caso de hipossuficiência, a qual, no caso concreto, não havia sido reconhecida, motivo pelo qual determinou-se a distribuição do processo a um dos juízos cíveis da comarca.

O segundo documento em que o tema foi noticiado foi no informativo 0245, do período de 2 a 6 de maio de 2005, fazendo menção ao Recurso Especial nº 660.026-RJ, do relator Ministro Jorge Scatezzini, julgado em 3 de maio de 2005, pela quarta turma.

Tratava-se de responsabilização por incêndio ocorrido nas instalações da concessionária de serviços de telefonia, causando prejuízos à recorrida, que desenvolvia *home pages* e prestava serviços de acesso à *internet*. O tribunal, adotando a teoria finalista, deixou claro que a recorrida utilizava os serviços da concessionária unicamente para viabilizar sua atividade empresarial. Manteve-se a condenação. Não houve debate quanto a hipossuficiência.

No documento do informativo 0256, do período de 15 a 19 de agosto de 2005, se fez alusão ao Recurso Especial nº 701.370-PR, do relator Ministro Jorge Scatezzini, julgado em 16 de agosto de 2005, pela quarta turma.

Cuidava-se do tema da eleição do foro para discussão revisional de contrato de financiamento bancário. O tribunal, adotando a teoria finalista, confirmou que deveria ser mantido o foro eleito no contrato, visto que a pessoa jurídica utilizou o crédito fornecido pelo banco unicamente para incrementar sua capacidade produtiva de comercializar automóveis. Logo, foi caracterizada como consumidora intermediária e não foi cogitada sua hipossuficiência.

Do informativo 0296, do período de 11 a 15 de setembro de 2006, se extrai o Recurso Especial nº 827.318-RS, do relator Ministro Jorge Scatezzini, julgado em 12 de setembro de 2006, pela quarta turma.

Este caso tratava da eleição do foro para discussão de contrato entre montadora de veículos e concessionária. O tribunal, afirmando a impossibilidade de adoção do CDC, utilizando da teoria finalista, confirmou que deveria se manter o foro eleito no contrato, pois tanto concessionária quanto montadora são de porte financeiramente capazes de demandar no foro de eleição contratual. O fato de a montadora ser de maior porte que a concessionária não é suficiente para afastar o foro eleito.

O informativo 0347, do período de 3 a 7 de março de 2008, faz referência ao Recurso Especial nº 866.488-RS, do relator Ministro Sidnei Beneti, julgado em 6 de março de 2008, pela terceira turma.

Versava-se sobre indenização por danos morais e materiais, sob a alegação de que os recorrentes contrataram a recorrida buscando implementar a funcionalidade da irrigação de sua propriedade rural. A contratada ofereceu equipamentos que, na prática, não se mostraram suficientes para a área a ser irrigada, causando perda de safras plantadas e inadimplência perante os credores. Desta forma, não se caracterizou relação de consumo, pois a implantação do sistema de irrigação não se mostrou como produto final, mas como meio para produção da safra.

O informativo 0384, do período de 16 a 27 de fevereiro de 2009, traz o Conflito de Competência nº 92.519-SP, do relator Ministro Fernando Gonçalves, julgado em 16 de fevereiro de 2009, pela segunda seção.

Tratava-se de conflito de competência para julgamento de ação de revisão de contrato entre a sociedade empresária contratante e o banco. A ação foi proposta perante o Tribunal de Minas Gerais, onde era a sede da contratante, mas o banco opôs exceção de incompetência, pois no contrato foi eleito o foro da cidade de São Paulo para resolução de conflitos daquele contrato. Na hipótese, a sociedade

empresária buscou crédito junto ao bando para fomentar sua atividade empresarial, portanto, não se enquadrava como consumidor final, de acordo com a teoria finalista, adotada pelo tribunal.

No ano de 2010, o primeiro informativo com o tema foi o 0441, do período de 28 de junho a 06 de agosto de 2010, trazendo o Recurso Especial nº 1.010.834-GO, da relatora Ministra Nancy Andrigh, julgado em 03 de agosto de 2010, pela terceira turma.

O caso tratava da eleição do foro para discussão revisional de contrato de compra de uma máquina de bordar. Verificou-se que o conflito se deu entre uma empresa fabricante de máquinas e fornecedora de *softwares* e uma pessoa física, que adquiriu a máquina para garantir a sobrevivência da família, evidenciando sua vulnerabilidade econômica. O contrato firmado entre as partes elegia o foro de São Paulo para discussão de controvérsias, arguindo a empresa a exceção de incompetência perante o juízo da comarca de Goiânia. No entanto, estando claramente demonstrada a incapacidade financeira da recorrida, o tribunal decidiu aplicar as normas do CDC, abrandando a teoria finalista.

O informativo 0442, do período de 9 a 13 de agosto de 2010, traz o Recurso Especial nº 836.823-PR, do relator Ministro Sidnei Beneti, julgado em 12 de agosto de 2010, pela terceira turma.

Tratava-se de ação indenizatória entre uma transportadora e uma revendedora de máquinas. A transportadora deveria transportar um gerador de energia até o destino da venda. No trajeto ocorreram avarias no produto, assim, a revenda ajuizou ação indenizatória para cobrança dos prejuízos. O recurso foi improvido, visto que adotando a teoria finalista, não se configurou relação de consumo entre as partes, não invalidando desta forma a cláusula de eleição de foro firmada no contrato entre ambas. Não se falou em hipossuficiência das partes.

O informativo 0444, do período de 23 a 27 de agosto de 2010, traz o Recurso Especial nº 910.799-RS, do relator Ministro Sidnei Beneti, julgado em 24 de agosto de 2010, pela terceira turma.

A ação tratava sobre cobrança de taxas de desconto superiores a 1% pela administradora de cartão nas compras com cartão de crédito nas lojas da rede de combustíveis. Alegou-se a utilização do CDC, afastada de imediato com a adoção da teoria finalista. O contrato foi firmado unicamente para fomentar as atividades comerciais da rede de combustíveis, descartando-se a possibilidade de destinatário

final do serviço. Não se tratava de caso hipossuficiência.

No informativo 0471, do período de 2 a 6 de maio de 2011, apresentam-se os Embargos de Declaração no Recurso Especial nº 910.799-RS, do relator Ministro Sidnei Beneti, julgado em 3 de maio de 2011, pela terceira turma.

Utilizou-se a teoria finalista, negando a utilização do CDC no caso.

No informativo 0510 de 18 de dezembro de 2012, expõe-se o Recurso Especial nº 1.195.642-RJ, da relatora Ministra Nancy Andrighi, julgado em 13 de novembro de 2012, pela terceira turma.

Tratava-se de ação de indenização por danos materiais e morais, ajuizada por uma revenda de veículos contra a Embratel, empresa de telecomunicações. Os serviços prestados pela empresa de telefonia apresentaram problemas, causando prejuízos à contratante, visto que possuía vários anúncios de seus produtos em várias mídias. Em virtude do mau funcionamento das linhas telefônicas, os possíveis compradores não conseguiram contato, frustrando o lucro da revenda de veículos. A utilização das linhas telefônicas era meio para as negociações, a própria empresa revendedora de veículos assumiu utilizar o telefone para alavancar as vendas. A utilização da teoria finalista foi novamente reafirmada, pois não se vislumbrou vulnerabilidade da revenda, por consequência, afastando a aplicabilidade do CDC.

O informativo 0541 de 11 de junho de 2014 faz menção a o Recurso Especial nº 1.162.649-SP, do relator originário Ministro Luis Felipe Salomão e relator para acórdão Ministro Antônio Carlos Ferreira, julgado em 13 de maio de 2014, pela quarta turma.

Cuidava-se de ação para ressarcimento de valores com avarias causadas a equipamento hospitalar importado durante o transporte aéreo internacional. Registrou-se que, sob a ótica finalista, adotada pelo tribunal, não se pode considerar destinatário final aquele que utilize o produto com intuito profissional, integrando-o ao processo de produção, transformação ou comercialização. Assim, não coube a utilização do CDC, visto que além de o hospital que comprou o equipamento não ser hipossuficiente, o intuito da compra do equipamento era de incrementar sua atividade, ampliar serviços e lucros.

No informativo 0548 de 22 de outubro de 2014 foi feita alusão ao Agravo Regimental no Recurso Especial nº 1.321.083-PR, do relator Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, julgado em 9 de setembro de 2014, pela terceira turma.

No caso, uma administradora de bens contratou a empresa de taxi aéreo para

a compra de uma aeronave para transporte de seus sócios e funcionários. Em virtude de um suposto inadimplemento pela vendedora, a compradora ajuizou ação de resolução contratual, solicitando devolução de valores pagos em Curitiba, cidade que era sua sede. Foi oposta exceção de incompetência, alegando que a ação deveria ser ajuizada em Belo Horizonte, por ambos serem paritariamente iguais, não devendo ser aplicado o CDC. Na hipótese, percebeu-se que a aeronave foi adquirida para atender necessidade da própria pessoa jurídica, não de seus clientes, a finalidade era o transporte dos sócios e funcionários, motivo pelo qual se aplica à relação os ditames do CDC, seguindo a teoria finalista.

Também do informativo 0548 de 22 de outubro de 2014 foi noticiado o Agravo Regimental no Recurso Especial nº 1.352.419-SP, do relator Ministro Ricardo Villas Boas Cueva, julgado em 19 de agosto de 2014, pela terceira turma.

Tratava-se de ação indenizatória visando o recebimento de indenização de contrato de seguro empresarial. A seguradora se negou a efetuar o pagamento, visto que nas cláusulas do contrato somente havia a cobertura para casos de furto qualificado, alegando que havia ocorrido somente o furto simples do bem do segurado. No Recurso especial, o segurado alegou, além de outros, violação do CDC, pois se trata de relação de consumo, dizendo que era destinatário final do serviço/produto. No caso do contrato de seguro, a pessoa jurídica visa a proteção do patrimônio, mesmo que sejam para resguardar insumos utilizados em sua atividade comercial, mas sem integrar aos produtos que oferece. Há relação de consumo, afirmou o tribunal. Situação que não caberia, caso o seguro fosse para cobrir riscos dos clientes.

No informativo 0556 de 23 de fevereiro a 4 de março de 2015 fez alusão ao Recurso Especial nº 1.321.614-SP, do relator originário Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, Relator para acórdão Ministro Ricardo Villas Boas Cueva, julgado em 16 de dezembro de 2014, DJe 03 de março de 2015, pela terceira turma.

Tratava-se de ação revisional de contrato de equipamento médico importado utilizado pelo adquirente no exercício de sua atividade de médico. O contrato foi pactuado em oitenta e dois mil dólares americanos. Diante da desvalorização da moeda nacional Real perante o Dólar, não obteve êxito no pagamento total do valor pactuado. O adquirente tentou buscar aplicação do CDC, mas o tribunal utilizando-se da teoria finalista, entendendo que destinatário final é aquele que finaliza a atividade econômica, ou seja, que retira de circulação do mercado o bem ou o serviço para consumi-lo, suprimindo uma necessidade ou satisfação própria, razão pela qual foi

negado o amparo do CDC no caso, mantendo as cláusulas pactuadas entre as partes.

4.1.2 Análise do posicionamento jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça

A partir da pesquisa de informativos de jurisprudência pode-se afirmar que o posicionamento do Superior Tribunal de Justiça acerca do enquadramento da pessoa jurídica como consumidora reiteradamente tem sido pela aplicação da teoria finalista.

Não obstante, em situações excepcionais é possível abrandar os rigores desta teoria, para reconhecer aquele que não seja destinatário final como consumidor, notadamente quando caracterizada a vulnerabilidade de uma das partes.

Da pesquisa realizada, verificou-se que, em regra, a utilização do produto ou serviço unicamente para viabilizar a atividade empresarial não enseja a caracterização como consumidor.

Aplicando-se a teoria finalista, conforme entendimento do Superior Tribunal de Justiça, entre as situações que se enquadram em consumo intermediário pode-se citar, portanto, a utilização de serviços de telefonia pela empresa, o contrato de crédito para incrementar capacidade produtiva, o contrato de montadora de veículos e concessionária, a contratação de equipamentos para implementar funcionalidade de irrigação em propriedade rural, a contratação de transporte de máquinas, a contratação envolvendo administradora de cartão de crédito, bem como a compra de equipamentos médicos.

Em todos esses casos, se denota que o produto ou serviço é adquirido com a finalidade de fomentar a atividade econômica da empresa.

De outro norte, o Superior Tribunal de Justiça considera destinatário final, por exemplo, a compra de taxi aéreo para transporte de sócios e funcionários, se o bem é adquirido para atender necessidade da própria pessoa jurídica, não a de seus clientes.

Além disso, no caso do contrato de seguro, ressalta-se que há relação de consumo quando a pessoa jurídica visa a proteção do patrimônio, mesmo que sejam para resguardar insumos utilizados em sua atividade comercial, mas sem integrar aos produtos que oferece. Situação que não caberia, caso o seguro fosse para cobrir riscos dos clientes.

Excepcionalmente, o Superior Tribunal de Justiça reconhece a vulnerabilidade econômica como no caso de pessoa que adquire uma máquina de bordar que visava a garantia da sobrevivência da família, o que justifica o abrandamento da teoria finalista.

Diante disso, pode-se afirmar que embora o Superior Tribunal de Justiça reconheça a possibilidade de abrandamento da teoria finalista, a sua aplicação apenas ocorre em situações excepcionais e devidamente comprovadas, não se admitindo uma utilização sem critérios.

4.2 A PESSOA JURÍDICA COMO CONSUMIDORA SOB A PERSPECTIVA DOS TRIBUNAIS ESTADUAIS

Buscando o posicionamento mais atual dos Tribunais Estaduais, foram pesquisadas decisões mais recentes no momento da pesquisa (realizada no segundo semestre de 2016), utilizando-se as expressões maximalista e finalista, buscando-se pelas decisões que adotavam uma ou outra teoria. Nas hipóteses em que tal pesquisa não retornou nenhum resultado, utilizou-se a expressão destinatário final, a fim de verificar qual a teoria adotada.

4.2.1 Relatório das decisões dos Tribunais Estaduais

Partindo de uma busca documental em todos os Tribunais Estaduais, verificou-se que no estado do Acre, tanto a teoria maximalista como a finalista foram aceitas recentemente.

Na Apelação Cível nº 0703344-87.2013.8.01.0001 (ACRE, 2016a), de agosto de 2016, que adotou a teoria maximalista, admitiu-se a possibilidade em razão da hipossuficiência e vulnerabilidade da empresa, porquanto, “haja vista a condição de vulnerabilidade e hipossuficiência do apelante, taxista autônomo que firmou contrato com grande fabricante de veículo para aquisição de veículo destinado ao seu trabalho” (ACRE, 2016a), deveria ser considerado como consumidor, independentemente da finalidade do produto.

Já na Apelação Cível nº 0712952-12.2013.8.01.0001 (ACRE, 2016b), decisão que adota a teoria finalista, de outubro de 2016, a empresa autora contratou serviços de vigilância eletrônica, visando preservar seu patrimônio contra ações de terceiros, não obtendo incremento em sua atividade empresarial. Houve furto nas dependências da empresa que contratou a vigilância e a empresa contratada sequer notificou a contratante quando houve o disparo do alarme, quando vândalos invadiram a propriedade e causaram danos. Assim, valeu o entendimento da denominada teoria finalista, adotando a incidência do CDC, nos termos extraídos da presente decisão: “Essa é a aferição possível ante a adoção da Teoria Finalista, que exige para a caracterização da parte como consumidora que seja a destinatária fática e também econômica do bem ou serviço adquirido” (ACRE, 2016b).

No estado de Alagoas, verificou-se também que tanto a teoria maximalista como a finalista foram aceitas.

Na Apelação Cível nº 2009.004952-8 (ALAGOAS, 2016a), em uma decisão de junho de 2010, adotou-se a teoria maximalista, sob a alegação de falta de efetividade do código consumerista no uso da teoria finalista, se firmou que “verificando que a apontada teoria terminava por conferir inefetividade ao Código Consumerista, a jurisprudência mudou de entendimento, passando a adotar a teoria maximalista” (ALAGOAS, 2016a). Diz também no acórdão, que independente de encerrar ou não a cadeia produtiva, apresentando alguma vulnerabilidade, caracteriza-se a empresa por consumidora, uma vez que “[...] pessoas jurídicas exploradoras da atividade econômica, são consumidores, independente de encerrarem ou não a cadeia produtiva, desde que demonstrem, no caso concreto, vulnerabilidade em qualquer de suas formas[...]” (ALAGOAS, 2016a). Assim, manteve-se a sentença, aceitando a sociedade empresária como consumidora e deferindo a aplicação do CDC no caso concreto, norteado pelo princípio da vinculação, diante da vulnerabilidade técnica da agência de turismo perante o banco acerca dos diversos planos e serviços ofertados.

Na Apelação Cível nº 2005.002933-5 (ALAGOAS, 2016b), em decisão de abril de 2016, foi adotada a teoria finalista. No caso, a apelante dizia que a Companhia distribuidora de energia alterou de forma unilateral o contrato de consumo de energia. Por utilizar acima da nova cota imposta, ocasionaram-se cobranças extras por ultrapassagem do limite de consumo, diferentemente do que havia sido pactuado no contrato original. Nessa decisão, se negou a utilização dos artigos do código de defesa do consumidor, visto que a energia distribuída é utilizada para a manutenção da

cadeia produtiva da empresa, porquanto se “utiliza do serviço de fornecimento de energia elétrica prestado pela apelante, com intuito único de viabilizar sua própria atividade produtiva, qual seja, industrialização, comercialização e representação de alimentos” (ALAGOAS, 2016b), escapando assim do conceito de consumidor final. Adotando a teoria finalista, levou-se em consideração somente a destinação dada ao serviço, sendo inaplicável o CDC.

No estado do Amapá, a busca não apresentou resultados para a teoria maximalista.

Em busca pela teoria finalista, foi localizado o Agravo de Instrumento nº 0001734-06.2015.8.03.0000 (AMAPÁ, 2016), em decisão de janeiro de 2016. A recorrente, fabricante de veículos automotores, discutia o posicionamento do juízo de 1º grau, que reconheceu a aplicação do código de defesa do consumidor no caso. Alegava que os agravados não eram consumidores na acepção jurídica do termo, visto que utilizavam do veículo para equipar sua indústria, o bem era utilizado para desempenho das atividades da empresa, não podendo incidir o código de defesa do consumidor no negócio firmado entre eles. A ementa do agravo de instrumento traz no texto que “em uma relação de consumo entre uma pessoa jurídica de grande porte e outra, de pequeno ou médio, esta pode ser considerada a parte mais fraca isso porque não se pode levar em conta somente a vulnerabilidade econômica” (AMAPÁ, 2016). Assim, o recurso foi improvido, mantendo a decisão e aplicando o código de defesa do consumidor, invertendo o ônus da prova com a utilização da teoria finalista abrandada.

No estado do Amazonas, tanto a teoria maximalista como a finalista foram aceitas.

Na Apelação Cível nº 2010.000710-8 (AMAZONAS, 2012a), em decisão de julho de 2012, a questão discutida foi referente à compra de um caminhão financiado pelo agravado. Este adquiriu o caminhão para prestar serviços de frete para outra empresa, do ramo alimentício. Nas palavras do relator, “cumpre destacar que a relação estabelecida entre as partes é tipicamente de consumo e, assim, necessário se faz a aplicação do Código de Defesa do Consumidor para a resolução da lide” (AMAZONAS, 2012a). O principal fundamento da decisão foi a caracterização da vulnerabilidade do agravado. Nos termos do relator, “muito embora o Agravado se utilize do caminhão que possui para realizar fretamento, fica evidente a vulnerabilidade caracterizada pela hipossuficiência fática, técnica e econômica

perante a empresa Agravante” (AMAZONAS, 2012a). Diante disso, foi negado provimento ao agravo e mantida a decisão da imposição do CDC, visto à vulnerabilidade do agravado.

Em outro caso, na Apelação Cível nº 2011.007031-7 (AMAZONAS, 2012b), julgado em dezembro de 2012, sem que tenha sido feita menção expressa, utilizou-se da teoria finalista. No caso, a apelante, empresa importadora de produtos para revenda, alegou que recebia *containers* com suas mercadorias no posto do apelado, este responsável pela armazenagem, seguro e desova das mercadorias. Disse que o apelado cobrou taxas extras pela permanência dos *containers* em seu pátio, perto da época de natal, com mercadorias para venda neste período, sendo exclusiva culpa do apelado a demora para o despacho. No caso concreto, o juiz de 1º grau afastou a possibilidade da aplicação do código de defesa do consumidor, pelo fato da apelante não estar enquadrada no conceito de consumidor previsto no art. 2º do *códex*. Assim, mantida a decisão de primeira instância, prevaleceu a utilização da teoria finalista, negando a aplicação do código de defesa do consumidor por não se tratar de destinatário final do produto ou serviço e tampouco estar em situação de vulnerabilidade perante a outra parte.

No estado da Bahia, a busca não apresentou resultados para a teoria maximalista.

Na Apelação Cível nº 01054888-43.2011.8.05.2001 (BAHIA, 2016), em uma decisão de dezembro de 2016, uma sociedade empresária firmou contrato com outra de fomento mercantil, visando renegociar dívidas e alavancar seus negócios. Diante de dificuldades, ajuizou ação buscando renegociação e alteração das cláusulas contratuais anteriormente pactuadas, solicitando a utilização do código de defesa do consumidor em seu favor. Neste caso, não houve a possibilidade da utilização do código de defesa do consumidor, pois a empresa que buscou a renegociação de suas dívidas não se enquadra no conceito de consumidor, já que não é o destinatária final do produto ou serviço. O recurso foi improvido, utilizando a teoria finalista, predominante no tribunal deste Estado.

No estado o Ceará, a busca não apresentou resultados para a teoria maximalista.

Na Apelação Cível nº 0075076-78.2006.8.06.0001 (CEARÁ, 2015), a decisão de dezembro de 2015 traz como base para a fundamentação a utilização da teoria finalista aprofundada. Um instituto de cardiologia contra uma operadora de telefonia

móvel firmaram contrato de prestação de serviços de telefonia. Após um período de uso, receberam faturas com valores diferente do contratado e tiveram suas linhas bloqueadas. O instituto de cardiologia ajuizou ação, pedindo além de outros, a incidência do código de defesa do consumidor diante da sua vulnerabilidade perante a operadora de telefonia. No texto do relator, extraído do inteiro teor da decisão consta que “[...] encontra-se consolidado o entendimento no sentido de que, em regra, a determinação da qualidade de consumidor deve ser feita mediante a aplicação da teoria finalista [...]” (CEARÁ, 2015). No mesmo texto, menciona-se que “o consumidor, pessoa física ou jurídica, é, concomitantemente, o destinatário fático e econômico do produto ou do serviço” (CEARÁ, 2015). Assim, o acórdão manteve a decisão no que tange à manutenção da incidência dos artigos do código de defesa do consumidor na lide em questão.

No Distrito Federal foram encontradas durante a pesquisa decisões tanto adotando a teoria finalista, como adotando a teoria maximalista

O Agravo de Instrumento nº 20150020213614AGI (DISTRITO FEDERAL, 2015) de outubro de 2015 apresenta uma decisão sobre a competência do foro de domicílio do consumidor aderindo a uma interpretação extensiva do artigo 2º do código de defesa do consumidor e admitindo a teoria maximalista. No caso, uma construtora ajuizou ação contra uma criadora de *softwares* gerenciais para empresas no foro de domicílio da construtora, por problemas perante a prestação dos serviços. A empresa de *softwares* agravou a decisão, alegando que, no caso, não poderia ser neste domicílio, pois não se tratava de relação de consumo, e sim de meio para fomentar a atividade empresarial.

Nas palavras do relator, “é remansosa a jurisprudência desta Corte no sentido de que a pessoa jurídica é considerada destinatária final, com base em uma interpretação extensiva do artigo 2º do CDC admitida pela teoria maximalista” (DISTRITO FEDERAL, 2015). A decisão de valeu do entendimento de que o sistema foi adquirido para satisfação de necessidade do próprio negócio, pois “a sociedade empresária adquirir produto ou serviço, não para o fomento da atividade comercial, mas para a satisfação de uma necessidade decorrente do próprio negócio” (DISTRITO FEDERAL, 2015). Foi negado provimento ao agravo e mantido o foro do consumidor como competente para julgamento da lide.

Na Apelação Cível nº 20150111451374APC (DISTRITO FEDERAL, 2016), em uma decisão de novembro de 2016, se decidiu por manter a aplicação do código de

defesa do consumidor baseando-se na teoria finalista mitigada, mesmo sendo uma pessoa jurídica contra outra empresa. Afirmou-se que “o Superior Tribunal de Justiça consolidou o entendimento segundo o qual admite-se a aplicação do CDC, ainda que o consumidor seja pessoa jurídica, desde que [...] fique demonstrada sua vulnerabilidade diante do negócio celebrado” (DISTRITO FEDERAL, 2016). No caso, tratava-se de uma loja de pneus contra uma operadora de telefonia móvel. Nas palavras do relator “o reconhecimento da relação de consumo não gera, por si só, a inversão do ônus da prova. [...] fica a critério do juiz, conforme a apreciação dos aspectos de verossimilhança da alegação do consumidor e de sua hipossuficiência” (DISTRITO FEDERAL, 2016). O recurso que tratava sobre a inversão do ônus da prova foi desprovido, visto que a sentença se apoiou nas provas trazidas aos autos, não caracterizando cerceamento de defesa o julgamento antecipado da lide.

Na pesquisa no tribunal do Espírito Santo, a busca não apresentou resultados para a teoria maximalista.

Na decisão do Agravo de Instrumento nº 0002722-96.2016.8.08.050 (ESPÍRITO SANTO, 2016), datada de novembro de 2016, uma operadora de telefonia contra uma comerciante de peças veiculares discutia a inversão do ônus da prova e incidência do código de defesa do consumidor na lide. Aderindo à teoria finalista, diz o relator que “tem-se por inaplicável o diploma normativo quando o bem ou serviço é adquirido para utilização na cadeia produtiva da empresa” (ESPÍRITO SANTO, 2016). A teoria aceita a aplicação quando há situação de vulnerabilidade de uma das partes, mas, também extraído do texto do relator sobre a presunção da vulnerabilidade da parte: “Essa vulnerabilidade, entretanto, não pode obviamente ser presumida, dependendo de prova efetiva de que uma das partes se encontra, de fato, em extrema desvantagem ou subordinação em relação ao outro parceiro contratual” (ESPÍRITO SANTO, 2016). Diante desse entendimento, o recurso foi provido, dizendo ser incabível a inversão do ônus da prova e incidência do código de defesa do consumidor na discussão.

Em Goiás a pesquisa apresentou decisões adotando a teoria finalista e também adotando a teoria maximalista

Na Apelação Cível nº 157286-50.2007-8-09.0150 (GOIÁS, 2013), em decisão de maio de 2013, aplicou-se a interpretação da teoria maximalista do conceito de consumidor em uma apelação de uma operadora de telefonia celular contra uma sociedade empresária representante de produtos agrícolas. Aceitou-se a incidência

do código de defesa do consumidor nas situações envolvendo pessoas jurídicas como vendedores/prestadores de serviços e como consumidores. Extrai-se da ementa que o código de defesa do consumidor: “é aplicável às relações de consumo em razão da vulnerabilidade e hipossuficiência, mesmo nas situações que envolvam apenas pessoas jurídicas” (GOIÁS, 2013).

Adotando a teoria finalista mitigada, a decisão da Apelação Cível nº 145716-30.20108.09.0051 (GOIÁS, 2016), de outubro de 2016, analisou a aplicação do código de defesa do consumidor no caso de um recurso de uma empresa fabricante de geradores contra outra empresa comerciante de alimentos. Após contratar a instalação de geradores, se caracterizou a má prestação destes serviços e a empresa de alimentos ajuizou ação buscando reparação material dos danos que sofreu, amplamente provados na documentação arrolada aos autos, solicitou-se o amparo também no código de defesa do consumidor. Apesar de o gerador ser um produto para fomentar a atividade empresarial da apelada, foi devidamente demonstrada vulnerabilidade da empresa, como descreveu o relator seguindo a jurisprudência do STJ: “[...] demonstrada a vulnerabilidade [...] caracterizada pela ausência de conhecimentos específicos sobre o objeto do serviço contratado, aplica-se a legislação consumerista, conforme teoria finalista mitigada” (GOIÁS, 2016). Manteve-se assim, a incidência do código consumerista.

No Estado do Maranhão, a busca pela teoria maximalista não apresentou resultados.

Na Apelação Cível nº 0396062016 (MARANHÃO, 2016), em uma decisão de dezembro de 2016, pautada pela indenização por perdas e danos de uma empresa que comprou uma retroescavadeira contra a revenda do equipamento. A máquina foi adquirida para fins de prestação de serviços de locação, mas apresentou vícios prejudicando o funcionamento. No caso, o equipamento adquirido era utilizado para fomentar a atividade empresarial do consumidor, sendo a compra do equipamento meio para desenvolvimento de suas atividades. Nas palavras extraídas da ementa da decisão: “o conceito de consumidor como destinatário final, nos termos da teoria finalista adotada pelo STJ, é temperado ante a demonstração de sua vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica perante o fornecedor” (MARANHÃO, 2016). Deve, portanto, em relações onde há essa vulnerabilidade incidir a lei consumerista, como demonstrado nesta hipótese, de acordo com o entendimento deste tribunal.

A pesquisa realizada no tribunal do Estado do Mato Grosso pela teoria

maximalista não apresentou resultados.

Decisão de dezembro de 2016, entretanto, na Apelação Cível nº 191462016 (MATO GROSSO, 2016), que tratava de indenização por dano moral causada por protesto indevido de um título quitado tempestivamente, aderiu ao entendimento da teoria finalista, autorizando a incidência do código de defesa do consumidor. Constatou-se sobre a vulnerabilidade do consumidor que “a jurisprudência tem mitigado os rigores da teoria finalista para autorizar a incidência do CDC nas hipóteses em que a parte (p.f. ou p.j.), embora não tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresente em situação de vulnerabilidade” (MATO GROSSO, 2016). O consumidor quitou a dívida no prazo estipulado, mas por erro da agência recebedora do pagamento, este não foi repassado à cedente do título. Assim, diante da vulnerabilidade apresentada, mesmo não sendo consumidor final do produto/serviço, o tribunal manteve a incidência do código de defesa do consumidor na decisão.

No estado do Mato Grosso do Sul, a pesquisa realizada pela teoria maximalista não apresentou resultados.

Na Apelação Cível nº 0107961-46.2007.8.12.0001 (MATO GROSSO DO SUL, 2016), em decisão de agosto de 2016, a reclamação foi na relação de consumo entre um posto de combustível e distribuidora de combustível. O negócio entre as partes era a compra e revenda de combustíveis, sendo que a apelante adquiria o produto e revendia aos clientes, não para consumo próprio como destinatária final dos produtos. Após adquirir produto combustível da distribuidora, vários clientes do posto de combustível passaram a reclamar da qualidade do produto oferecido. Tendo sua imagem desgastada, buscou no judiciário amparo para declarar a inexistência de débito perante os produtos de má qualidade ofertados pela distribuidora. O pedido de incidência do código de defesa do consumidor foi negado, visto que não se tratava de destinatário final dos produtos nem se apresentou vulnerabilidade. Na apelação, o tribunal manteve a decisão de impossibilidade da incidência do código consumerista e o recurso foi improvido.

No Estado de Minas Gerais, a pesquisa apresentou decisões adotando a teoria finalista e também adotando a teoria maximalista.

Na Apelação Cível nº 1.0145.14.066408-00001 (MINAS GERAIS, 2016a), na decisão de fevereiro de 2016 em ação de uma empresa de produções contra uma operadora de telefonia móvel, buscava-se reparação por danos causados pela má prestação dos serviços. Pleiteou-se a aplicação do código de defesa do consumidor

diante da vulnerabilidade do apelante perante a operadora de telefonia. Na decisão consta que se deve adotar a teoria maximalista para garantir a preservação do direito da parte mais vulnerável, no caso o consumidor, como segue: “[...] de maneira a conferir o tratamento protecionista do CDC aos sujeitos que, conquanto não utilizem o produto para consumo final, o fazem para viabilizar a atividade desenvolvida e que gozam de notória vulnerabilidade em face do fabricante” (MINAS GERAIS, 2016a). Manteve-se assim a incidência do CDC neste caso.

Na Apelação Cível nº 1.0024.10.158720-3001 (MINAS GERAIS, 2016b), em decisão de novembro de 2016, a construtora apelante contra uma operadora de telefonia móvel pede a incidência do código de defesa do consumidor no caso. As linhas da construtora foram bloqueadas, razão pela qual buscou reparação por danos morais por este bloqueio perante a operadora. Como não demonstraram faticamente repercussão negativa na imagem da empresa ou nas relações comerciais, o pedido foi negado. A construtora não demonstrou condição de hipossuficiência jurídica, técnica ou econômica, tampouco vulnerabilidade, sendo assim, de acordo com a teoria finalista, negado o pedido de aplicação do código de defesa do consumidor. Os valores sucumbenciais da lide foram repartidos entre as partes pela decisão do juiz e, sendo sucumbência recíproca, não poderia a construtora ficar livre do ônus, deixando a outra parte suportando as custas.

No Estado do Pará, a pesquisa não apresentou resultados para a teoria maximalista. Foram encontradas decisões adotando a teoria finalista..

Na Apelação Cível nº 2016.02875420-10 (PARÁ, 2016), foi discutido um contrato de financiamento de veículo. A lide era entre uma instituição financeira e um motorista que adquiriu o veículo tanto para uso comercial com fretes, quanto para uso particular. Consta na decisão que quando pequenas empresas utilizam bens ou insumos de forma mista, tanto para fomentar sua atividade empresarial, quanto como consumidor final do produto, principalmente na área de serviços, a conclusão é de uma destinação final de consumo, devendo incidir o código de defesa do consumidor no caso. Sobre a teoria finalista, diz: “é aplicável a teoria a pequenas empresas que usam o bem de forma mista, [...]o que dizer de um motorista que adquiriu um automóvel utilitário para fretes, claramente usava para fins particulares e comerciais” (PARÁ, 2016). Diante da vulnerabilidade da parte consumidora, se decidiu por aplicar o código de defesa do consumidor, sob a ótica da teoria finalista aprofundada.

No Estado da Paraíba, a pesquisa não apresentou resultados para a teoria

maximalista. Foram encontradas decisões adotando a teoria finalista.

Na Apelação Cível nº 00072948420138150251 (PARAÍBA, 2016), com decisão em outubro de 2016, foi pleiteada indenização por danos morais e materiais pela compra de equipamento utilizado na linha de produção da empresa contratante. Neste caso em questão, a empresa adquirente do equipamento buscou a incidência do código de defesa do consumidor quando a compra efetuada não lhe foi entregue, causando parada na sua linha de produção. De acordo com o julgamento, não foi comprovado o dano material além do valor do equipamento não entregue, nem causa para dano moral. Sustentou-se que “uma pessoa jurídica, para postular em juízo na qualidade de consumidora, deverá comprovar o seu estado de hipossuficiência e vulnerabilidade ao adquirir um bem ou serviço caso os utilize profissionalmente” (PARAÍBA, 2016). Por não demonstrar vulnerabilidade ou hipossuficiência perante o vendedor, não se caracterizou relação de consumo, o que ensejou decisão de forma a não aplicação do código de defesa do consumidor, baseada na teoria finalista.

No Estado do Paraná, a pesquisa apresentou decisões adotando a teoria finalista e também adotando a teoria maximalista.

Na Apelação Cível nº 1517738-1 (PARANÁ, 2016a), a decisão de maio de 2016 discutiu sobre uma cédula de crédito bancário, pactuada para levantamento de capital de giro da sociedade empresária. Buscava-se a aplicação do código de defesa do consumidor, além de renegociação de taxas e juros. O empréstimo foi tomado para levantamento da capacidade de fomento da empresa, aumentando sua capacidade produtiva. Disse o relator, em relação à empresa, que “[...] sua qualidade de consumidora deve ser apreciada no caso concreto, à luz da existência ou não de vulnerabilidade, aplicando-se a contemporânea teoria maximalista” (PARANÁ, 2016a). Apesar de as taxas não terem sido diminuídas, uma vez que estavam de acordo com a legislação vigente, foi reconhecida a relação de consumo, aplicando as normas do código de defesa do consumidor ao caso.

Na Apelação Cível nº 1598593-0 (PARANÁ, 2016b), de dezembro de 2016, a lide girava em torno de uma cédula de crédito bancária que a empresa buscava renegociação de taxas e juros junto ao banco. Na apelação, a instituição financeira buscava afastar a incidência do código de defesa do consumidor, por este não ser o destinatário final do produto ou serviço. Como foi ementado, “embora não seja destinatária final, é vulnerável - Hipossuficiência técnica caracterizada - Mitigação da teoria finalista” (PARANÁ, 2016b). Neste caso, a pessoa jurídica que adquiriu o crédito

junto ao banco, apesar de não ser o consumidor final, pois o valor fora utilizado para fomentar sua atividade empresarial, estava em situação de vulnerabilidade perante o credor, valendo o entendimento da teoria finalista.

No Estado de Pernambuco, a pesquisa apresentou decisões adotando a teoria finalista e não foram encontrados resultados para a busca da teoria maximalista.

Na Apelação Cível nº 408801-7 (PERNAMBUCO, 2016), em decisão de outubro de 2016, uma companhia distribuidora de energia apelou em face de uma decisão preferida em lide com uma empresa de diagnósticos por ultrassom para que não fosse aplicado o código de defesa do consumidor no caso. Foram emitidas cobranças por ultrapassagem do consumo, a empresa de diagnóstico apresentou as faturas de energia, transferindo o encargo do ônus da prova à companhia de energia. De acordo com o código de defesa do consumidor, visto a empresa ser vulnerável perante a companhia de energia, asseverou-se que “[...] embora a autora/apelante exerça atividade empresária, encontra-se em situação de vulnerabilidade técnica e fática perante a concessionária de serviço público [...]” (PERNAMBUCO, 2016), evidenciando-se, assim, que no caso era viável a aplicação do código de defesa do consumidor, adotando-se a teoria finalista.

O estado do Piauí, apresentou decisões adotando a teoria finalista durante a pesquisa e não foram encontrados resultados para a busca da teoria maximalista.

A Apelação Cível nº 201200010059938 (PIAUÍ, 2016), com decisão em setembro de 2016, tratava de tentativa de renegociação de dívidas junto à instituição financeira de crédito rural, adquirido por um produtor rural para desenvolvimento de suas atividades. Na questão de ser ou não enquadrado como consumidor, consta na decisão que, em regra, “[...] consumidor é aquele que, no ciclo da atividade econômica, retira de circulação o bem ou o serviço a fim de consumi-lo, de forma a suprir uma necessidade ou satisfação pessoal” (PIAUÍ, 2016). O agricultor, no entanto, adquiriu o financiamento por conta de um contrato de adesão e foi declarado como vulnerável perante o banco, pois “conseguiu crédito rural para subsidiar sua atividade de pequeno produtor rural, o que se enquadra no conceito de consumidor, nos termos da teoria finalista [...]” (PIAUÍ, 2016). Evidenciada a relação de consumo, o apelo foi desprovido, mantendo a sentença declarando a incidência do código de defesa do consumidor no feito.

Na pesquisa no tribunal do estado do Rio de Janeiro foram encontradas decisões que enquadram a sociedade empresária como consumidora tanto pela teoria

maximalista, quando pela teoria finalista.

Na Apelação Cível nº 0001093-95.2010.8.19.0081 (RIO DE JANEIRO, 2016), a decisão de junho de 2016 tratou da caracterização da relação de consumo entre uma sociedade empresária que comercializa cereais e produtos alimentícios e uma revenda de caminhões. A comerciante de alimentos adquiriu um caminhão para utilizar no transporte e distribuição de seus produtos. O veículo apresentou problemas, sendo necessária a troca do motor, de acordo com o fabricante. Essa troca do motor demorou 7 meses para ser efetuada na concessionária, razão pela qual a empresa ajuizou ação contra a fabricante e a concessionária, buscando indenização pelos danos sofridos.

Enquadrando a empresa adquirente do caminhão como consumidora, consta na decisão que “a matéria é nitidamente consumerista, [...] seja por aplicação da Teoria Maximalista, seja por incidência da Teoria Finalista Mitigada, Temperada ou Aprofundada.” (RIO DE JANEIRO, 2016). Sobre a teoria maximalista extrai-se que “pouco importa que o veículo seja usado para o transporte das suas mercadorias, porque se a tem como destinatária fática, como aquela que retirou o bem móvel da cadeia de fornecimento e, portanto, também como consumidora” (RIO DE JANEIRO, 2016). De outro norte, adotando a teoria finalista, caracteriza-se a vulnerabilidade da empresa perante a fabricante/revendedora dos caminhões, pois se trata de empresa de pequeno porte, diante de uma fabricante de renome mundial, como segue no texto da decisão, ao afirmar-se que “tal vulnerabilidade é focada sem que se olvide que, no outro polo da relação negocial, estão, ostentando a condição de fornecedoras, uma concessionária de veículos e uma fabricante de renome mundial” (RIO DE JANEIRO, 2016). Neste caso, manteve-se a incidência do código de defesa do consumidor baseando-se em um misto das duas teorias, maximalista e finalista.

No Rio Grande do Norte não foram encontrados resultados para a busca da teoria maximalista. Foram encontradas decisões adotando a teoria finalista durante a pesquisa.

No Agravo de Instrumento nº 2013.007436-6 (RIO GRANDE DO NORTE, 2013), a decisão de agosto de 2013 discutia a eleição do foro de eleição no contrato pactuado entre as partes. De um lado estava a empresa que vendia prensas hidráulicas e no outro polo a empresa que adquiriu o equipamento para fazer a abertura de massas de pizzas e similares. No negócio em questão, não havia a figura do consumidor destinatário final do equipamento, já que a prensa era utilizada para

desempenho da atividade lucrativa da sociedade. Adotando a teoria finalista mitigada, diante da hipossuficiência da adquirente do equipamento, foi aplicado ao caso o código de defesa do consumidor, sendo desprovido o agravo e invalidando o foro de eleição pactuado no contrato, validando o foro onde a ação foi proposta, ou seja, no local da sede da empresa consumidora.

No Rio Grande do Sul, a busca pela teoria maximalista não apresentou resultados. Foram encontradas decisões adotando a teoria finalista durante a pesquisa.

Na Apelação Cível nº 70071663298 (RIO GRANDE DO SUL, 2016), de novembro de 2016, a hipótese de utilização do código de defesa do consumidor foi afastada pelo entendimento da teoria finalista mitigada. O caso apresentava um contrato de prestação de serviços de publicidade contratado para captação de clientes, hipótese que não se enquadra como destinatário final do produto ou serviço, mas sim como atividade de meio para desenvolvimento da atividade empresarial do adquirente. Sobre o contrato de prestação de serviços publicitários sob análise na apelação se extrai do relatório que “[...] guarda relação direta com a atividade empresarial (captação de clientela), sendo utilizado como insumo, o que afasta a condição da autora de destinatária final do serviço” (RIO GRANDE DO SUL, 2016). A apelação foi provida, e não incidiu na causa o código de defesa do consumidor, decisão baseada na teoria finalista.

Em Rondônia foi encontrada decisão tratando das duas teorias, informando-se que o conceito de consumidor pode ser analisado por duas vertentes, da teoria finalista ou da teoria maximalista.

No Agravo de Instrumento nº 0025163-73.2012.822.0001 (RONDÔNIA, 2015), de dezembro de 2015, se discutia uma ação indenizatória por extravio de bagagem. Buscava-se dano moral e material. O bem transportado fora adquirido para uso comercial, situação que, de acordo com o relator, não afasta a aplicação do código de defesa do consumidor, pois “o fato de o bem ter sido adquirido para uso comercial não afasta o direito à aplicação do CDC, pois o conceito de consumidor pode ser analisado sob dois enfoques: finalista e maximalista” (RONDÔNIA, 2015). O extravio de bagagem, por si só, independentemente de pessoa física ou jurídica, causaria o dano moral, visto o transtorno e angústia por parte de quem perdeu a bagagem. Assim, com um conceito mais amplo no enquadramento de pessoa jurídica como consumidor, manteve-se a decisão de primeiro grau, aplicando o código consumerista ao caso

específico.

Em Roraima a pesquisa não apresentou resultados para a teoria maximalista. Foram encontradas decisões adotando a teoria finalista.

No Agravo Regimental no Agravo de Instrumento nº 0000.16.000401-6 (RORAIMA, 2016), a decisão de abril de 2016, uma companhia aérea buscava excluir a possibilidade da aplicação do código de defesa do consumidor no caso, haja vista que, apesar de terem extraviado a bagagem de uma pessoa física que estava viajando a serviço (buscando mercadorias), os produtos constantes nas malas seriam utilizados para comercialização, não caracterizando como consumidor final. Levando-se em conta a vulnerabilidade da empresa que teve a bagagem extraviada perante a companhia aérea, mencionou o relator sobre a pessoa jurídica em questão que “[...] é hipossuficiente de forma técnica, já que não consegue comprovar a possibilidade ou não do extravio da bagagem” (RORAIMA, 2016). Incumbiu, então, o ônus para provar à companhia aérea, amparado na teoria finalista aprofundada.

Em Santa Catarina verificou-se que tanto a teoria maximalista como a finalista foram aceitas recentemente.

No Agravo de Instrumento nº 0155125-93.2015.8.24.0000 (SANTA CATARINA, 2016a), a decisão de outubro de 2016 baseou-se na teoria maximalista para garantir a aplicabilidade do código de defesa do consumidor ao caso. Tratava-se de uma empresa de marmoraria que adquiriu máquinas de outra empresa, revendedora de máquinas e equipamentos. O entendimento no julgamento foi de que a teoria maximalista deveria ser aplicada, incidindo o código consumerista, pois a empresa tirou o equipamento do mercado, mesmo que sendo para seu uso no desenvolvimento da atividade empresarial. Portanto, “[...] reconhecendo-se a incidência do diploma aos casos de compra de maquinário empregado na atividade da empresa que o retira do mercado” (SANTA CATARINA, 2016a), reformou-se a decisão do juízo de primeiro grau havia negado a aplicação do código de defesa do consumidor, aplicando-se ao caso a teoria maximalista.

Na Apelação Cível nº 0004139-18.2012.8.24.0135 (SANTA CATARINA, 2016b), a decisão de dezembro de 2016 discutia sobre a compra de imóvel, o qual apresentava área inferior àquela ofertada pela imobiliária no momento da venda. O comprador adquiriu o imóvel com a intenção de construção de salas comerciais para locação. No entanto, após a compra percebeu a diferença da metragem oferecida e da realmente disponível para seu uso. Diante do uso que faria com o imóvel, não ficou

caracterizada a figura de consumidor final, adotada pela teoria finalista. Assim, de acordo com o código de defesa do consumidor, se pressupõe que o consumidor seja o destinatário final da mercadoria, ou em casos de vulnerabilidade perante a outra parte, como consta na decisão, ao fundamentar que se [...] pressupõe que ela seja a destinatária final da mercadoria ou serviço. Do contrário, só será consumidora se estiver evidenciada situação de vulnerabilidade [...]” (SANTA CATARINA, 2016b). Afastada essa possibilidade, prevaleceu o entendimento da teoria finalista, sem aplicação do código de defesa do consumidor neste caso.

No Estado de São Paulo foram encontradas decisões adotando a teoria finalista. A pesquisa não apresentou resultados para a teoria maximalista.

A Apelação Cível nº 1006256-67.2016.8.26.0361 (SÃO PAULO, 2016,) com decisão em novembro de 2016, tratava sobre licenças de uso de *softwares*. No caso, houve o cancelamento do contrato da prestação de serviços pela empresa consumidora, sob a alegação de que o sistema oferecido não era suficientemente adequado ao que necessitavam, diferente do oferecido na venda. A empresa vendedora do *software* alegou que foi cerceada sua defesa, baseando-se a decisão somente no documento de cancelamento de contrato juntado aos autos. Alegou, ainda, necessitar que fossem produzidas provas quanto ao mau funcionamento e insuficiência da capacidade do sistema, visto que a empresa consumidora amparou seu pedido nesse fundamento, baseada no código de defesa do consumidor. Na apelação a sentença foi anulada, mas a incidência do código de defesa do consumidor foi mantida, mesmo que a empresa que adquiriu o *software* não seja a destinatária final do produto/serviço, utilizando-o em sua cadeia produtiva, diante da sua vulnerabilidade perante a outra parte, prevalece o entendimento da teoria finalista, avalizando a aplicação do código consumerista.

No Estado de Sergipe, foram encontradas apenas decisões adotando a teoria finalista durante a pesquisa. A busca pela teoria maximalista não apresentou resultados.

Na Apelação Cível nº 201400824646 (SERGIPE, 2016), com decisão em novembro de 2016, se discutia sobre a revisão das cláusulas de um contrato bancário. A instituição bancária não concordou com a adoção do código de defesa do consumidor no caso, alegando que a empresa adquiriu o financiamento para utilização no desenvolvimento da capacidade empresarial. Da análise do caso, diante da vulnerabilidade da empresa perante o banco, o texto constante da decisão diz ,sobre

aquele que adquiriu o produto para utilizar no desenvolvimento de sua atividade empresarial, que “[...] poderá ser beneficiado com a aplicação do CDC quando demonstrada sua vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica frente à outra parte” (SERGIPE, 2016). O acórdão da apelação manteve a decisão da sentença de primeira instância, mantendo a aplicação do código de defesa do consumidor no caso.

No Tocantins, a busca pela teoria maximalista não apresentou resultados. Foram encontradas decisões adotando a teoria finalista durante a pesquisa.

O Recurso Inominado nº 0014694-79.2015.827.9100 (TOCANTINS, 2016), com decisão em abril de 2016, trouxe a discussão entre uma empresa que contratou serviço de telefonia móvel, e uma companhia telefônica móvel. A operadora de telefonia estava cobrando da empresa cliente por linhas e por serviços que não foram contratados. Esta empresa não efetuou o pagamento de tais linhas e serviços, sendo negativada nos órgãos de proteção de crédito. Alegando ter seu nome negativado injustamente, ajuizou ação contra a operadora de telefonia solicitando danos morais. Na sentença de primeiro grau, a decisão aceitou a aplicação do código de defesa do consumidor. A operadora de telefonia não concordou e recorreu da decisão. Na decisão do recurso, consta em seu texto sobre a inaplicabilidade do código de defesa do consumidor que “[...] não se trata de caso abrangido pelo seu art. 2º. Teoria finalista do conceito de consumidor que não contempla pessoa jurídica que utiliza o serviço para o incremento da atividade” (TOCANTINS, 2016). Sendo essa parte da sentença reformada, adotando a teoria finalista, o código de defesa do consumidor não foi aplicado à lide.

4.2.2 Análise do posicionamento dos Tribunais Estaduais

A partir da pesquisa nos Tribunais Estaduais foi possível denotar-se algumas peculiaridades quanto ao enquadramento da pessoa jurídica como consumidora.

Dos 27 Tribunais pesquisados apenas 10 apresentaram resultados para a teoria maximalista, o que demonstra uma predominância da aplicação da teoria finalista ou finalista mitigada.

Destaca-se que em Rondônia a decisão verificou a possibilidade de verificação da existência de relação de consumo tanto pela teoria maximalista quanto pela teoria

finalista.

Ademais, foi possível constatar a existência de falta de clareza em relação à extensão da teoria finalista e maximalista, porquanto alguns julgados, embora façam menção a teoria maximalista, utilizam a essência de outra teoria.

Constatou-se, ainda, que a comprovação do critério de vulnerabilidade ou hipossuficiência é essencial para a mitigação da teoria finalista. Neste ponto, importante destacar que reiteradamente tem sido utilizado o argumento de que não se pode levar em conta apenas a vulnerabilidade econômica.

Mas, afinal, sob a ótica dos tribunais estaduais, quais casos realmente comportam a aplicação da teoria finalista mitigada?

Partindo da casuística estudada, será feita uma abordagem exemplificativa da aplicação do Código de Defesa do Consumidor em situações envolvendo relações interempresariais.

Adotando o primeiro critério a ser analisado, elencam-se, primeiramente, situações em que se reconheceu que a empresa adquiriu o produto ou serviço como destinatária final. São eles:

a) Contrato de serviço de vigilância eletrônica, visando preservar patrimônio contra ações de terceiros (ACRE, 2016b).

b) Instituto de cardiologia contra uma operadora de telefonia móvel firmaram contrato de prestação de serviços de telefonia (CEARÁ, 2015).

c) Construtora ajuizou ação contra uma criadora de *softwares* gerenciais para empresas (DISTRITO FEDERAL, 2015). Neste caso, houve expressa manifestação da utilização da teoria maximalista.

d) Motorista que adquiriu o veículo tanto para uso comercial com fretes frente a instituição financeira (PARÁ, 2016).

e) Empresa de marmoraria que adquiriu máquinas de outra empresa, revendedora de máquinas e equipamentos (SANTA CATARINA, 2016a). Neste caso, aplicou-se expressamente a teoria maximalista.

Adotando o segundo critério, elencam-se casos em que se se reconheceu que, embora a empresa não seja destinatária final, possui vulnerabilidade: São eles:

a) Taxista que adquire veículo destinado ao seu trabalho (ACRE, 2016a).

b) Agência de turismo perante o banco acerca dos diversos planos e serviços ofertados (ALAGOAS, 2016a).

c) Indústria que utilizava veículo para fins comerciais frente ao fabricante de

veículos (AMAPÁ, 2016).

d) Compra de caminhão financiado para fins de fretamento (AMAZONAS, 2012a).

e) Loja de pneus contra uma operadora de telefonia móvel (DISTRITO FEDERAL, 2016).

f) Empresa de alimentos contra empresa que instalou geradores (GOIÁS, 2016).

g) Empresa que comprou uma retroescavadeira contra a revenda do equipamento (MARANHÃO, 2016).

h) Empresa que teve título protestado indevidamente (MATO GROSSO, 2016).

i) Empresa de produções contra uma operadora de telefonia móvel (MINAS GERAIS, 2016a).

j) Cédula de crédito bancário, pactuada para levantamento de capital de giro da sociedade empresária (PARANÁ, 2016a). Neste caso aplicou-se expressamente a teoria maximalista e foi reconhecida a vulnerabilidade da empresa.

k) Cédula de crédito bancária que a empresa buscava renegociação de taxas e juros junto ao banco (PARANÁ, 2016b).

l) Empresa de diagnóstico por imagem contra companhia distribuidora de energia elétrica (PERNAMBUCO, 2016).

m) Pequeno produtor rural que tenta renegociar dívidas de crédito rural junto a instituição financeira (PIAUÍ, 2016).

n) Sociedade empresária que comercializa cereais e produtos alimentícios e uma revenda de caminhões (RIO DE JANEIRO, 2016).

o) Empresa que adquiriu o equipamento para fazer a abertura de massas de pizzas e similares contra a empresa que vendia prensas hidráulicas (RIO GRANDE DO NORTE, 2013).

p) Empresa que teve bagagem comercial extraviada por empresa de serviço aéreo (RORAIMA, 2016).

q) Empresa que adquiriu o *software* de outra (SÃO PAULO, 2016).

r) Empresa adquiriu o financiamento para utilização no desenvolvimento da capacidade empresarial (SERGIPE, 2016).

Por fim, elencam-se as decisões que não se reconhece a relação de consumo:

a) Empresa de industrialização, comercialização e representação de alimentos buscando discutir contrato de consumo de energia elétrica (ALAGOAS, 2016b).

b) Empresa importadora de produtos para revenda que alegou que recebia *containers* com suas mercadorias em outra empresa, que era responsável pela armazenagem, seguro e desova das mercadorias (AMAZONAS, 2012b).

c) Sociedade empresária que firmou contrato com outra de fomento mercantil, visando renegociar dívidas e alavancar seus negócios (BAHIA, 2016).

d) Comerciante de peças veiculares contra operadora de telefonia móvel (ESPÍRITO SANTO, 2016).

e) Posto de combustível contra distribuidora de combustível em razão de produto adulterado (MATO GROSSO DO SUL, 2016).

f) Construtora apelante contra uma operadora de telefonia móvel (MINAS GERAIS, 2016 b).

g) Empresa adquirente do equipamento que não foi entregue (PARAÍBA, 2016).

h) Contrato de prestação de serviços de publicidade contratado para captação de clientes (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

i) Empresa que adquiriu imóvel com metragem inferior do que foi ofertado pela imobiliária (SANTA CATARINA, 2016b).

j) Empresa que contratou serviço de telefonia móvel (TOCANTINS, 2016).

Diante desse quadro exemplificativo, é possível perceber que os critérios doutrinários (destinatário final e vulnerabilidade) são muito úteis e bastante utilizados pela jurisprudência.

No entanto, percebe-se também um rigor, porém em menor medida daquele exigido pelo Superior Tribunal de Justiça, quanto à caracterização de situação excepcional para configuração de real vulnerabilidade, o que, dependendo da falta de provas neste sentido, ensejará ou não a aplicação do Código de Defesa do Consumidor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da pesquisa realizada foi possível, sob um prisma conceitual, principiológico e jurisprudencial traçar importantes considerações acerca da caracterização da pessoa jurídica como consumidora.

Conceitualmente, no primeiro capítulo, foi possível estabelecer uma clara distinção entre contratos cíveis, empresariais e consumeristas, cada um orientado pela sua própria lógica, qual seja, os contratos cíveis regulando relação entre particulares e equivalentes, os empresariais entre empresas que legitimamente visam o lucro e os consumeristas entre um fornecedor e um consumidor, em tese, vulnerável.

No entanto, apesar destas diversas ramificações do direito privado serem legítimas e autônomas, certo é que em determinados momentos elas se confundem, seja por um baralhamento desvirtuado, seja por uma situação fática justificável.

Traçar esses limites foi o desafio a que esta pesquisa se propôs, pois se de um lado o baralhamento que leva a uma aplicação equivocada do Código de Defesa do Consumidor nas relações interempresariais é negativo, por outro a negação absoluta dele em qualquer situação em que a empresa não seja destinatária final do bem também pode ser.

Além de outras consequências, duas são as principais razões para que não se confunda a aplicação do Código de Defesa do Consumidor em relações interempresariais, quais sejam, a alteração do ônus da prova e o foro competente para a propositura da ação.

Tais mecanismos existem justamente em razão do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e, portanto, da necessidade de sua aplicação por uma situação fática específica. Aplicá-los indistintamente significa uma banalização da sua razão de existir e negá-los pode representar uma verdadeira afronta de uma garantia constitucional em defesa da cidadania.

Isso porque, no contexto de desequilíbrio entre os consumidores e fornecedores é legítima e necessária a intervenção estatal para buscar soluções a fim de que as empresas possam se desenvolver sem descuidar de valores fundamentais como o respeito aos consumidores.

Percebida a importância de se respeitar os consumidores, surge a necessidade então de, conceitualmente, definir o alcance da pessoa jurídica como consumidora.

Em que pese as críticas dos empresarialistas, certo é que o Código de Defesa do Consumidor abarcou na sua definição as pessoas jurídicas, com a ressalva de que fossem destinatárias finais do produto ou serviço.

Tal definição, nitidamente econômica, pode gerar diversas dúvidas de aplicação por si só.

Não fosse só isso, a exclusão de todas as negociações envolvendo produtos ou serviços que não sejam utilizados como destino final pelas empresas gerou e ainda gera muitas polêmicas.

Bem por isso, surgiram inicialmente duas correntes interpretativas que passaram a traçar as linhas a fim de caracterizar ou não tais relações como de consumo.

De um lado os maximalistas defendendo uma interpretação mais ampla para o termo destinatário final e, de outro, os finalistas defendendo a restrita aplicação da lei para configurar ou não estas relações como consumeristas.

Ambas se mostraram insuficientes, em especial quando presente uma situação de vulnerabilidade empresarial.

Assim, doutrinariamente, surge a chamada teoria finalista mitigada, também denominada de temperada, moderada ou aprofundada, a qual admite que um consumo intermediário seja tratado sob a luz do Código de Defesa do Consumidor, desde que comprovada alguma vulnerabilidade frente ao consumidor.

Conceitualmente, portanto, o critério para caracterização da empresa como consumidora é ser ela destinatária final do bem ou, não sendo, comprovar sua vulnerabilidade frente ao fornecedor, com a consequente aplicação da teoria finalista mitigada.

Embora seja possível a utilização da legislação consumerista em relações interempresariais, importa ainda questionar se na atual estrutura do direito privado ela é compatível e recomendável ante a autonomia científica dos ramos do direito civil, empresarial e do consumidor.

Deste modo, tal pergunta deve ser respondida tendo em mente os princípios que regem o direito do consumidor, assim elencados, reconhecimento da vulnerabilidade, intervencionismo, harmonização, informação, eficiência, repressão de abusos, racionalização dos serviços públicos e estudo do mercado.

Com efeito, entre eles merece destaque o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, pois é o ponto de partida para a existência de uma legislação

específica que legitima o intervencionismo do Estado nestas relações.

A partir desse reconhecimento, busca-se harmonizar interesses, tanto por meio da exigência de boa-fé, como por um efetivo equilíbrio contratual. Exige-se, assim, nestas relações que o consumidor seja satisfatoriamente informado e receba produtos com a eficiência esperada, seja pela qualidade oferecida, seja pela facilidade na resolução desses conflitos.

Ademais, por princípio, a legislação consumerista deve reprimir abusos e racionalizar serviços públicos, sempre com o adequado estudo do mercado de consumo.

A partir da compreensão dessa principiologia própria é possível que a legitimação da intervenção desponte da percepção de uma vulnerabilidade que justifica a criação de instrumentos próprios para buscar o reequilíbrio de uma relação desigual.

Dito isso, não se pode negar que existirão situações com vulnerabilidade empresarial e a questão a ser pensada é se tal vulnerabilidade não pode ser resolvida por institutos próprios de cada ramo como, por exemplo, pela resolução por onerosidade excessiva prevista no artigo 478 do Código Civil.

Principiologicamente, a resposta é que, reconhecida a vulnerabilidade empresarial, embora a empresa não seja destinatária final do bem, a intervenção estatal justifica-se na medida que a legislação consumerista visa justamente repelir abusos de fornecedores frente à uma situação de vulnerabilidade.

Tal intervenção, deste modo, se legitimaria, inclusive, para a manutenção da atividade empresarial.

Sob essa ótica, jurisprudencialmente esse tem sido o posicionamento majoritário adotado, com ressalva para a necessidade de estar configurada uma situação excepcional.

Ressalta-se que a pesquisa realizada levou em conta a busca no Superior Tribunal de Justiça em informativos de jurisprudência que utilizassem a expressão finalista e nos Tribunais estaduais, por meio de decisões que utilizassem, em regra as expressões maximalista e finalista, nos julgados mais recentes na data do acesso.

Nos 15 (quinze) informativos noticiados no Superior Tribunal de Justiça, percebeu-se que reiteradamente tem sido defendida a aplicação da teoria finalista, ou seja, vem sendo afirmando que a empresa será consumidora sempre que for considerada destinatária final do produto ou serviço.

No entanto, em situações excepcionais, esta instância tem abrandado os rigores da teoria finalista para reconhecer que, mesmo não sendo destinatária final do produto, a empresa que efetivamente estiver em situação de vulnerabilidade pode ser considerada consumidora.

A pesquisa nos tribunais estaduais demonstrou, da mesma forma, que, em regra, se exclui da proteção consumerista o consumo intermediário.

Não obstante, em razão da aceitação do abrandamento da teoria finalista pelo Superior Tribunal de Justiça, os tribunais estaduais também têm mitigado os rigores da teoria finalista, sob o argumento de ser esse o novo posicionamento jurisprudencial.

Entretanto, o que deve ficar claro, diante do problema proposto, é que, embora o abrandamento seja possível, tal mitigação não pode ser feita de forma irrestrita, uma vez que a vulnerabilidade da empresa que não é destinatária final do bem deve ser suficientemente demonstrada.

REREFÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVIN, Arruda. **Código do Consumidor Comentado**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

BEZERRA, Paulo César Santos. **Acesso à Justiça**: Um problema Ético-social no Plano da Realização do Direito. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

BERTONCINI, Mateus; OIKAWA, Mariana Mendes Cardoso. O consumo consciente e a educação para o consumo como função social da empresa. *In*: SILVEIRA, Vladimir Oliveira da Silveira, MEZZARROBA, Orides; COUTO, Monica Bonetti; SANCHES, Samyra Haydêe Del Farra Nasponili (coord). **Empresa, Funcionalização do Direito e Sustentabilidade: função sócia-solidária da empresa e desenvolvimento**. Curitiba: Clássica, 2013, p. 91-108.

BORTOLDI, Marcelo M, RIBEIRO, Marcia Carla Pereira. **Curso Avançado de direito comercial**. 7 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

BULGARELLI, Waldirio. **Contratos mercantis**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil**: O longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2008.

CARVALHO, Kildare Gonçalves. **Direito constitucional**. 15 ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2009.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2009.

CATALAN, Marcos Jorge; FROTA, Pablo Malheiros da Cunha. **A pessoa jurídica consumidora duas décadas depois do advento do código de defesa do consumidor**. Disponível em https://marioluizdelgado.files.wordpress.com/2014/03/a_pessoa_juridica_consumidora_duas_dcadas_depois_verso_publicada.pdf Acesso em 20 MAI 2017.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Princípios do direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 2012.

_____. **Manual de direito comercial**: direito de empresa. 25 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

DE LUCCA, Newton. **Direito do consumidor**. 2. Ed. São Paulo: Quartier Latin, 2008, p. 103.

DINIZ, Maria Helena. **Compêndio de Introdução à Ciência do Direito**. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico**. São Paulo: Saraiva, 1998.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Disposições Gerais: Comentários. In: GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FORGIONI, Paula A. **Teoria geral dos contratos empresariais**. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

GIANNETTI, Eduardo. **Vícios privados, benefícios públicos: A ética na riqueza das nações**. 5. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

GRINONVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e. Visão Geral do Código. In: GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

JABORANDY, Clara Cardoso Machado. **A influência da hermenêutica constitucional para a formação do raciocínio do intérprete**. São Paulo: Saraiva, 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane, **Administração de marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Hall, 2006.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

LORENZETTI, Ricardo Luis. **Consumidores**. Santa Fé: Rubinzal-Culzoni, 2003.

_____. **Fundamentos do direito privado**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1998.

_____. **Teoria da decisão judicial**. São Paulo: RT, 2009.

MARINONI, Luiz Guilherme. **Precedentes obrigatórios**. São Paulo: Ed. RT, 2010.

MARQUES, Cláudia Lima. Campo de aplicação do CDC. In: BENJAMIN, Antonio Herman V; BESSA, Leonardo Roscoe e MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014 (p. 95-126).

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: RT, 2002.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIM, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

MARTINS-COSTA, Judith. **A Boa-fé no Direito Privado**. São Paulo: Revista dos

Tribunais, 2000.

MAXIMILIANO, Carlos. **Hermenêutica e aplicação do direito**. 19 ed. Rio de Janeiro, Forense, 2006.

MEDAUAR, Odete. **Direito administrativo moderno**. 14. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **O conteúdo jurídico do princípio da igualdade**. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 2010

_____. **Curso de Direito Administrativo**. 11. ed. São Paulo: Malheiros, 1999.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 5. ed. Porto Alegre: Silina, 2015.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor; proteção administrativa do consumidor; direito penal do consumidor. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008.

NADER, Paulo. **Introdução ao estudo do direito**. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Manual de direito do consumidor**: à luz da jurisprudência do STJ. 6 ed. Salvador: Edições Jurispodivm, 2011.

NOGUEIRA, Vânia Márcia Damasceno Nogueira. Empresa e Direitos Fundamentais. **Revista Paradigma**, Ribeirão Preto, n. 20, p. 137-158, 2011. Disponível em <<http://www9.unaerp.br/revistas/index.php/paradigma/article/view/93/102>> Acesso em 15 mar. 2017.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2000.

NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

PASOLD, Cesar Luiz. **Prática da pesquisa jurídica**: Ideias e ferramentas úteis ao pesquisador do direito. 5. ed. Florianópolis: OAB/SC Editora, 2001.

PROCHNIK, Victor. **Cadeias produtivas e complexos industriais**. Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/cadeiasprodutivas/pdfs/cadeias_produtivas_e_complexos_industriais.pdf>. Acesso em 20 MAI 2017.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz Ramos. **Contratos empresariais e dirigismo contratual**. Disponível em <<http://genjuridico.com.br/2016/08/29/contratos-empresariais-e-dirigismo-contratual/>> Acesso em 14 mai. 2017.

RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil**. 28. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

SARLET, Ingo Wolfgang. **Os direitos fundamentais sociais na Constituição de**

1988. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

SELLOS, Viviane. **Vinte anos da política nacional das relações de consumo e o reconhecimento da dignidade humana a partir da pessoa do consumidor.** Disponível em: <revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/download/214/187>. Acesso em: 07 FEV 2017.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Código de Defesa do Consumidor e Legislação Complementar.** 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

SILVA, Juliana Pereira da (Coord); BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter José Faiad de. **Manual de Direito do Consumidor.** 4. ed. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2014.

SODRÉ, Marcelo Gomes. **Formação do Sistema nacional de Defesa do Consumidor.** São Paulo, 2000.

SOUZA, Moutari Ciochetti de. **Interesses difusos em espécie.** São Paulo: Saraiva, 2000

SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.

TEPEDINO, Gustavo. **Temas de Direito Civil.** Tomo II. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do consumidor:** a busca de um ponto de equilíbrio entre as garantias do Código de Defesa do Consumidor e os princípios gerais do direito civil e do direito processual civil. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

REFERÊNCIAS DOCUMENTAIS

ACRE, Tribunal de Justiça do Acre. **Apelação Cível nº 0703344-87.2013.8.01.0001**. Apelante: Gladeilson Lima da Silva. Apelada: Fiat Automóveis S.A. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relatora: Desembargadora Maria Penha. Rio Branco, 16 de agosto de 2016. Disponível em: <<http://esaj.tjac.jus.br/cjsg/consultaCompleta.do>>. Acesso em: 06 nov. 2016 a.

ACRE, Tribunal de Justiça do Acre. **Apelação Cível nº 0712952-12.2013.8.01.0001**. Apelante: R.J.S. Rangel – ME. Apelada: Estação VIP Segurança Privada Ltda. Órgão julgador: Segunda Câmara Cível. Relator: Desembargador Júnior Alberto. Rio Branco, 11 de outubro de 2016. Disponível em: <<http://esaj.tjac.jus.br/cjsg/consultaCompleta.do>>. Acesso em: 06 nov. 2016 b.

ALAGOAS, Tribunal de Justiça do Alagoas. **Apelação Cível nº 2009.004952-8**. Apelante: Bradesco Saúde S.A. Apelada: Nordeste Empreendimentos Turísticos Ltda. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relator: Desembargador Washington Luiz D. Freitas. Maceió, 14 de junho de 2010. Disponível em: <<http://www.jurisprudencia.tjal.jus.br/>>. Acesso em: 06 nov. 2016 a.

ALAGOAS, Tribunal de Justiça do Alagoas. **Apelação Cível nº 2005.002933-5**. Apelante: Companhia Energética de Alagoas. Apelada: Protéica Alimentos Ltda. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relator: Desembargador Juarez Marques Luz. Maceió, 17 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.jurisprudencia.tjal.jus.br/>>. Acesso em: 06 nov. 2016 b.

AMAPÁ, Tribunal de Justiça do Amapá. **Agravo de Instrumento nº 0001734-06.2015.8.03.0000**. Agravante: Volkswagen do Brasil Indústria de Veículos Automotores Ltda.. Agravado: Equipar Indústria, Comércio e Serviços Ltda. Órgão julgador: Câmara Única. Relator: Desembargador Manoel Brito. Macapá, 26 de janeiro de 2016. Disponível em: <<http://tucujuris.tjap.jus.br/tucujuris/pages/consultar-jurisprudencia/consultar-jurisprudencia.html>>. Acesso em: 09 dez. 2016.

AMAZONAS, Tribunal de Justiça do Amazonas. **Apelação Cível nº 2010.000710-8**. Apelante: João Lopes de Lima. Apelada: Rezende Caminhões Comércio e Representações Ltda. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relator: Desembargador Paulo Lima. Manaus, 2 de julho de 2012. Disponível em: <http://consultasaj.tjam.jus.br/cjosg/>>. Acesso em: 06 nov. 2016 a.

AMAZONAS, Tribunal de Justiça do Amazonas. **Apelação Cível nº 2011.007031-7**. Apelante: AJL Indústria e Comércio Ltda. Apelada: Chibatão Navegação e Comércio Ltda. Órgão julgador: Segunda Câmara Cível. Relator: Desembargador Yedo Simões de Oliveira. Manaus, 8 de março de 2012. Disponível em: <http://consultasaj.tjam.jus.br/cjosg/>>. Acesso em: 06 nov. 2016 b.

BAHIA, Tribunal de Justiça da Bahia. **Apelação Cível nº 01054888-43.2011.8.05.2001**. Apelante: Dda Comercial de Alimentos Ltda.. Apelado: Lvc Factoring Fomento Mercantil Ltda. Órgão julgador: Segunda Câmara Cível. Relator: Desembargador Maurício Kertzman Szporer. Salvador, 02 de dezembro de 2016.

Disponível em: < <https://www2.tjba.jus.br/erp-portal/publico/jurisprudencia/consultaJurisprudencia.xhtml>>. Acesso em: 09 dez. 2016.

BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: www.planalto.gov.br. Acesso em: 1 AGO. 2016.

BRASIL. **Lei nº 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: www.planalto.gov.br. Acesso em: 21 MAI. 2017.

BRASIL. **Lei nº 13.105**, de 16 de março de 2015. Código de Processo Civil. Disponível em: www.planalto.gov.br. Acesso em: 21 MAI. 2017.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Informativos de Jurisprudência**. Disponível em <www.stj.jus.br>. Acesso em 15 NOV 2016.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Quarta Turma. **Recurso Especial n. 1207952/AM**. Relator Ministro Luis Felipe Salomão. Julgado em 23.08.2011. Disponível em <www.stj.jus.br>. Acesso em: 07 JAN 2017.

CEARÁ, Tribunal de Justiça do Ceará. **Apelação Cível nº 0075076-78.2006.8.06.0001**. Apelante: TIM Nordeste Telecomunicações S/A. Apelado: ICAR Instituto de Cardiologia e Reabilitação Sérgio Macedo S/C Ltda. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relator: Desembargador Paulo Ailton Albuquerque Filho. Fortaleza, 14 de dezembro de 2015. Disponível em: <<http://esaj.tjce.jus.br/cjsg/consultaCompleta.do?jsessionid=84FFC0DEAFF9BDB0716D804C76102D27.cjsg2>>. Acesso em: 09 dez. 2016.

DISTRITO FEDERAL, Tribunal de Justiça do Distrito Federal. **Agravo de Instrumento nº 20150020213614AGI**. Agravante: TOTVS S/A. Agravada: Contrata Construtora Eireli. Órgão julgador: Terceira Turma Cível. Relator: Desembargador Flavio Rostirola. Brasília, 07 de outubro de 2015. Disponível em: <<http://www.tjdft.jus.br/>>. Acesso em: 09 dez. 2016 a.

DISTRITO FEDERAL, Tribunal de Justiça do Distrito Federal. **Apelação Cível nº 20150111451374APC**. Apelante: B&B Comércio de Pneus e Rodas Ltda. Apelada: Claro S/A. Órgão julgador: Quinta Turma Cível. Relator: Desembargador Alvaro Ciarlini. Brasília, 07 de novembro de 2016. Disponível em: <<http://www.tjdft.jus.br/>>. Acesso em: 09 dez. 2016 b.

ESPÍRITO SANTO, Tribunal de Justiça do Espírito Santo. **Agravo de Instrumento nº 0002722-96.2016.8.08.050**. Agravante: Telefônica Brasil S/A. Agravado: Rodorodas Comércio de Peças e Acessórios para veículos Ltda e outro.. Órgão julgador: Segunda Câmara Cível. Relator: Desembargador José Paulo Calmon Nogueira da Gama. Vitória, 01 de novembro de 2016. Disponível em: <http://aplicativos.tjes.jus.br/sistemaspublicos/consulta_jurisprudencia/cons_jurisp.cf m>. Acesso em: 09 dez. 2016.

GOIÁS, Tribunal de Justiça de Goiás. **Apelação Cível nº 157286-50.2007-8-09.0150**.

Apelante: Brasil Telecom Celular S.A. Apelado: Agroverde Comércio e Representações de Produtos Agrícolas. Órgão julgador: Segunda Câmara Cível. Relator: Desembargador Amaral Wilson de Oliveira. Goiania, 21 de maio de 2013. Disponível em: < <http://www.tjgo.jus.br/jurisprudencia/juris.php>>. Acesso em: 06 nov. 2016.

GOIÁS, Tribunal de Justiça de Goiás. **Apelação Cível nº 145716-30.20108.09.0051**. Apelante: Stemac S/A Grupos Geradores. Apelado: SB Comercial de Alimentos e outro. Órgão julgador: Quinta Câmara Cível. Relator: Desembargador Olavo Junqueira de Andrade. Goiania, 27 de outubro de 2016. Disponível em: < <http://www.tjgo.jus.br/jurisprudencia/juris.php>>. Acesso em: 09 nov. 2016 a.

MARANHÃO, Tribunal de Justiça de Maranhão. **Apelação Cível nº 0396062016**. Apelante: FV da Silva Júnior. Apelado: Zucatelli Motores Ltda e JCB do Brasil Ltda. Órgão julgador: Quarta Câmara Cível. Relator: Desembargador José Jorge Figueiredo dos Anjos. São Luiz, 06 de dezembro de 2016. Disponível em: < <http://www.tjmt.jus.br/jurisprudencia/>>. Acesso em: 11 dez. 2016 b.

MATO GROSSO, Tribunal de Justiça de Mato Grosso. **Apelação Cível nº 191462016**. Apelante: S do Carmo Nogueira. Apelado: Indústria Gráfica Centenário Ltda;. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relator: Desembargador João Ferreira Filho. Cuiabá, 23 de outubro de 2016. Disponível em: < <http://www.tjmt.jus.br/jurisprudencia/>>. Acesso em: 11 dez. 2016.

MATO GROSSO DO SUL, Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul. **Apelação Cível nº 0107961-46.2007.8.12.0001**. Apelante: Zenatti & Zenatti Ltda e outro. Apelado: Royal Fic Distribuidora de Derivados de Petróleo Ltda.. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relator: Desembargador Marcelo Câmara Rasslan. Campo Grande, 29 de agosto de 2016. Disponível em: < <http://www.tjms.jus.br/cjsg/consultaCompleta.do>>. Acesso em: 11 dez. 2016.

MINAS GERAIS, Tribunal de Justiça de Minas Gerais. **Apelação Cível nº 1.0145.14.066408-00001**. Apelante: Gato Seco Produções Ltda.. Apelado: Tim Celular S.A. Órgão julgador: Décima Sétima Câmara Cível. Relatora: Desembargadora Márcia De Paoli Balbino. Belo Horizonte, 04 de fevereiro de 2016. Disponível em: < <http://www.tjmg.jus.br/portal/jurisprudencia/consulta-de-jurisprudencia/acordaos/>>. Acesso em: 11 dez. 2016 a.

MINAS GERAIS, Tribunal de Justiça de Minas Gerais. **Apelação Cível nº 1.0024.10.158720-3001**. Apelante: MCF Construtora Ltda.. Apelado: Tim Celular S.A. Órgão julgador: Décima Quinta Câmara Cível. Relator: Desembargador Tiago Pinto. Belo Horizonte, 24 de novembro de 2016. Disponível em: < <http://www.tjmg.jus.br/portal/jurisprudencia/consulta-de-jurisprudencia/acordaos/>>. Acesso em: 11 dez. 2016 b.

PARÁ, Tribunal de Justiça do Pará. **Apelação Cível nº 2016.02875420-10**. Apelante: Caruana S. A Sociedade de Crédito Financiamento e Investimento.. Apelado: José Pinheiro Moraes. Órgão julgador: Quinta Câmara Cível. Relator: Desembargador Diracy Nunes Alves. Belém, 21 de julho de 2016. Disponível em: <<http://www.tjpa.jus.br/PortalExterno/perfil/advogado/index.xhtml>>. Acesso em: 11

dez. 2016.

PARAÍBA, Tribunal de Justiça da Paraíba. **Apelação Cível nº 00072948420138150251**. Apelante: Engarrafamento Coroa Ltda. Apelado: IEF Instrumentos e Medições Ltda. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relator: Desembargador Leandro dos Santos. João Pessoa, 11 de outubro de 2016. Disponível em: <<http://www.tjpb.jus.br/servicos/jurisprudencia/>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

PARANÁ, Tribunal de Justiça do Paraná. **Apelação Cível nº 1517738-1**. Apelante: Itaú Unibanco S/A. Apelado: J.A de Lima & Companhia Ltda e João Adilso de Lima. Órgão julgador: Décima Sexta Câmara Cível. Relator: Desembargador Paulo Cezar Bellio. Curitiba, 11 de maio de 2016. Disponível em: <<https://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/publico/pesquisa.do>>. Acesso em: 12 dez. 2016 a.

PARANÁ, Tribunal de Justiça do Paraná. **Apelação Cível nº 1598593-0**. Apelante: Itaú Unibanco S/A. Apelado: E. Horst & Horst Ltda. e Elio Henrique Horst Júnior. Órgão julgador: Décima Quarta Câmara Cível. Relator: Desembargador Rabello Filho. Curitiba, 07 de dezembro de 2016. Disponível em: <<https://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/publico/pesquisa.do>>. Acesso em: 12 dez. 2016 b.

PERNAMBUCO, Tribunal de Justiça da Paraíba. **Apelação Cível nº 408801-7**. Apelante: Companhia Energética de Pernambuco. Apelado: Ultrassom Diagnóstico Ltda. Órgão julgador: Quinta Câmara Cível. Relator: Desembargador José Fernandes de Lemos. Recife, 24 de outubro de 2016. Disponível em: <<http://www.tjpe.jus.br/jurisprudencia-tjpe>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

PIAUI, Tribunal de Justiça do Piauí. **Apelação Cível nº 201200010059938**. Apelante: Antonio Ferreira Pires. Apelado: Banco do Nordeste do Brasil S/A. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relator: Desembargador Raimundo Eufrásio Alves. Teresina, 20 de setembro de 2016. Disponível em: <<http://www.tjpi.jus.br/e-tjpi/home/jurisprudencia>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

RIO DE JANEIRO, Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. **Apelação Cível nº 0001093-95.2010.8.19.0081**. Apelante: Genial Veículos Ltda. Apelado: Cereais Savios de Itatiaia Ltda. EPP e outro. Órgão julgador: Décima Quarta Câmara Cível. Relator: Desembargador Gilberto Campista Guarino. Rio de Janeiro, 01 de junho 2016. Disponível em: <<http://www4.tjrj.jus.br/ejuris/ConsultarJurisprudencia.aspx>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

RIO GRANDE DO NORTE, Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. **Agravo de Instrumento nº 2013.007436-6**. Agravante: Prensas & Prensas Indústria de Máquinas Ltda ME. Agravado: Francisco Sérgio Galdino da Silva e outro. Órgão julgador: Primeira Câmara Cível. Relator: Desembargador Amílcar Maia. Natal, 15 de agosto de 2013. Disponível em: <<http://esaj.tjrj.jus.br/cjosg/>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

RIO GRANDE DO SUL, Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. **Apelação Cível nº 70071663298**. Apelante: Getelclas Editora de Catálogos Ltda - ME. Apelado:

Gambatto Auto Re Ltda. Órgão julgador: Vigésima Câmara Cível. Relator: Desembargador Dilso Domingos Pereira. Porto Alegre, 30 de novembro 2016. Disponível em: <<http://www.tjrs.jus.br>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

RONDÔNIA, Tribunal de Justiça do Rondônia. **Agravo de Instrumento nº 0025163-73.2012.822.0001**. Agravante: Tekla Tur Viagens e Turismo Ltda ME. Agravado: Maria Emília dos Santos Torres. Órgão julgador: Segunda Câmara Cível. Relator: Desembargador Alexandre Miguel Porto Velho, 03 de dezembro de 2015. Disponível em: <<https://www.tjro.jus.br/>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

RORAIMA, Tribunal de Justiça de Roraima. **Agravo Regimental no Agravo de Instrumento nº 0000.16.000401-6**. Agravante: TAM Linhas Aéreas S/A. Agravado: Morena Clara - Clarissa Lopes Azevedo - ME. Órgão julgador: Câmara Cível. Relatora: Desembargadora Elaine Cristina Bianchi. Boa Vista, 08 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.tjrr.jus.br/>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

SANTA CATARINA, Tribunal de Justiça de Santa Catarina. **Agravo de Instrumento nº 0155125-93.2015.8.24.0000**. Agravante: Marmoraria Ms Ltda - EPP. Agravado: Hedel Máquinas e Equipamentos Ltda. Órgão julgador: Segunda Câmara Cível. Relator: Desembargador Sebastião César Evangelista. Florianópolis, 27 de outubro de 2016. Disponível em: <<https://www.tjsc.jus.br/>>. Acesso em: 12 dez. 2016 a.

SANTA CATARINA, Tribunal de Justiça de Santa Catarina. **Apelação Cível nº 0004139-18.2012.8.24.0135**. Apelante: Osmarina Tomio. Apelado: NG Negócios Imobiliários Ltda e Oldemar Alberto Nunes. Órgão julgador: Quinta Câmara Cível. Relator: Desembargador Henry Petry Junior. Florianópolis, 05 de dezembro de 2016. Disponível em: <<https://www.tjsc.jus.br/>>. Acesso em: 12 dez. 2016 b.

SÃO PAULO, Tribunal de Justiça de São Paulo. **Apelação Cível nº 1006256-67.2016.8.26.0361**. Apelante: A&G Comércio e Sistemas Automáticos de Informática Ltda. ME. Apelado: Donisetti da Silva Ribeiro. Órgão julgador: Trigésima Câmara Cível. Relatora: Desembargadora Maria Lúcia Pizzotti. São Paulo, 09 de novembro de 2016. Disponível em: <<https://www.tjsp.jus.br/>>. Acesso em: 12 dez. 2016.

SERGIPE, Tribunal de Justiça de Sergipe. **Apelação Cível nº 201400824646**. Apelante: Banco Safra S/A. Apelado: CIEP Indústria Gráfica de Embalagens e outro. Órgão julgador: Segunda Câmara Cível. Relator: Desembargador Alberto Romeu Gouveia Leite. Aracajú, 15 de novembro de 2016. Disponível em: <<http://www.tjse.jus.br/portal/consultas/jurisprudencia/judicial>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

TOCANTINS, Tribunal de Justiça de Tocantins. **Recurso Inominado nº 0014694-79.2015.827.9100**. Recorrente: Oi Móvel S/A Recorrido: Loja Rede Minas. Órgão julgador: Primeira Turma Recursal do Juizado Cível e Criminal. Relator: Desembargador Luís Otávio de Queiroz Fraz. Palmas, 26 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.tjto.jus.br/>>. Acesso em: 13 dez. 2016.