



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB
Faculdade de Ciência Jurídicas e Sociais – FAJS
Curso de Direito

VINÍCIUS OSÓRIO LUCAS DA CONCEIÇÃO

PESSOA JURÍDICA COMO CONSUMIDORA:

a vulnerabilidade na relação de consumo.

Brasília

2014

VINÍCIUS OSÓRIO LUCAS DA CONCEIÇÃO

**PESSOA JURÍDICA COMO CONSUMIDORA:
a vulnerabilidade na relação de consumo.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito para obtenção do grau de bacharel
em Direito do Centro Universitário de Brasília

Orientador: Prof. Luis Antônio Winckler Annes

**Brasília
2014**

Dedico
este trabalho aos meus pais, Regina Helena
Osório da Conceição e Luiz Lucas da Conceição,
aos meus irmãos Diogo Osório Lucas da
Conceição e Thiago Osório Lucas da Conceição e
a minha futura esposa Kelma de Souza Lima.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me dar a oportunidade de concluir minha segunda graduação, permitindo que eu experimentasse sua vontade desde o princípio e até o fim do período acadêmico.

Aos meus colegas de faculdade por juntos terem me dado a dádiva de viver com qualidade tantos momentos.

Aos meus professores de graduação, em especial, ao professor Luis Antônio Winckler Annes, pelos ensinamentos, pela compreensão constante desde a sugestão do tema até a concretização do presente trabalho.

“Porque o SENHOR é nosso juiz, o SENHOR é nosso legislador, o SENHOR é o nosso Rei; Ele nos salvará” (Bíblia, Isaías 33:22)

RESUMO

O objetivo do presente trabalho de conclusão de curso é transmitir, através da análise de doutrina e jurisprudência a relação de consumo entre pessoas jurídicas e os possíveis momentos, no quais, a pessoa jurídica se enquadra nas idéias elencadas pelo caput do artigo segundo da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, do Código de Defesa do Consumidor. Dito isto, será efetivada uma análise das correntes doutrinárias existentes, bem como um estudo do pensamento do Superior Tribunal de Justiça – STJ acerca do assunto.

PALAVRAS-CHAVES: Direito Civil. Direito do Consumidor. Pessoa jurídica como consumidora. Vulnerabilidade na relação de consumo. Consumidor como destinatário final. Produtos e serviços.

ABSTRACT

The objective of this completion of course work is to transmit, through the analysis of doctrine and jurisprudence consumer relationship between corporations and the possible times at which, the entity fits the ideas listed by the heading of the second article of Law 8078 of September 11, 1990, the Code of Consumer Protection. That said, will perform an analysis of existing doctrinal trends, as well as a study of the thought of the Superior Court of Justice - SCJ on the subject.

KEYWORDS: Civil Law. Consumer Law. Legal person as a consumer. Vulnerability in the consumption process. As end consumers. Products and services.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	11
2.1 O Direito do Consumidor e o problema em questão	11
2.2 Os Elementos Subjetivos da Relação de Consumo	12
2.3 O Consumidor no CDC	17
2.4 A Vulnerabilidade nas Relações de Consumo.....	21
3 A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	29
3.1 O Consumidor e a Natureza de sua Atividade.....	29
3.2 O Destinatário Final	30
3.3 Análise das Correntes Existentes.....	33
3.3.1 Teoria Maximalista.....	33
3.3.2 Teoria Finalista	37
3.3.3 Teoria Finalista Aprofundada.....	40
3.4 O entendimento do STJ	45
4 A PESSOA JURÍDICA E O FINALISMO	50
4.1 Esclarecimentos sobre a Pessoa Jurídica.....	50
4.2 A Interpretação do Finalismo Aprofundado	54
4.3 Pessoa jurídica como consumidora – exemplificação	56
4.4 Relevância da análise dos fatos	58
5 CONCLUSÃO.....	60
REFERÊNCIAS	63

1 INTRODUÇÃO

Com a revolução industrial, ocorreria uma enorme alteração no mercado de produção de bens e serviços e nas suas relações de consumo. Tal produção que antes era individualizada passou a ser mecanizada e de grande escala. Dado isto, em meados de 1990, mas especificamente, em onze de setembro, institui-se o Código de Defesa do Consumidor gerado para proteger a parte mais fraca nas relações de consumo. Ademais, temos uma análise necessária da pessoa jurídica com o intuito de possibilitar o enquadramento desta como consumidora e com isso garantir alguns benefícios trazidos pela lei.

Com o desenvolvimento dos meios e instrumentos de produção, os empresários pugnam por crescimento financeiro e obtenção de ganhos sobre os seus investimentos. O consumidor, por sua vez, aparece de forma extremamente desfavorável nas relações de consumo, vista a capacidade intelectual e produtiva das empresas fornecedoras. A fragilidade e vulnerabilidade do consumidor em uma relação de consumo devem ser equilibradas ratificando a importância de uma abordagem mais equitativa perante o fornecedor.

Ao se falar em consumidor, normalmente se faz uma ligação com uma pessoa física que adquire um produto ou um serviço de uma empresa privada, ou seja, de uma pessoa jurídica. A definição de consumidor elencada pela Lei em referência se apresenta incluindo a pessoa jurídica em seu conceito. Para tanto, torna-se necessário preencher alguns requisitos dentre os quais se encontra presente o termo destinatário final para adequação e aplicação correta do ordenamento jurídico criado.

Tal encaixe da pessoa jurídica como consumidora tem caminho tortuoso, com necessária análise do conceito de consumidor juntamente com o estudo de sua aplicação prática com o uso do Código de Defesa do Consumidor. Existe uma grande divergência quanto às idéias sobre o destinatário final da relação de consumo. Há inicialmente a análise de duas correntes, quais sejam: finalista, com uma análise mais restritiva do tema e a maximalista, com um foco mais abrangente. Posteriormente é criada uma nova corrente, a finalista aprofundada. Essa teoria

nada mais é do que uma evolução da corrente finalista, com uma interpretação mais atual em comparação com as correntes anteriores. É a busca de uma interpretação harmônica e mais adaptada aos anseios sociais.

Apresentados os quatro conceitos trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor e analisados os três posicionamentos doutrinários existentes, o presente trabalho passa a discorrer sobre outro aspecto necessário para que haja a aplicação da lei consumerista nas relações de consumo. A idéia de vulnerabilidade surge com a evolução do mercado de consumo onde os consumidores foram de certa forma excluídos das definições de estruturas e objetivos da cadeia de produção e comercialização das empresas.

Em diversos pontos a vulnerabilidade recai sobre os consumidores. Para exemplificar, temos: técnicas abusivas para venda de produtos ou serviços, vantagens ilegais na elaboração de contratos, vícios nos produtos gerados pela produção massificada, dentre outros. A vulnerabilidade atrai a incidência do Código de Defesa do Consumidor e deve ser analisada em separado nas relações fáticas.

Posteriormente, o trabalho pugna apresentar os critérios e âmbito de incidência do Código de Defesa do Consumidor, no qual, são analisados os aspectos controvertidos da aplicação da Lei. Dado isto, tornou-se necessário o estudo da relação de consumo e de sua relação jurídica. Por fim, serão apresentados os posicionamentos jurisprudenciais e a evolução dos julgados para uma coerente compreensão da pessoa jurídica como consumidora e uma possível resposta para o problema de seu enquadramento no conceito de consumidor.

Cabe, ao final, buscar as respostas das questões conflitantes em relação ao tema proposto e ao enquadramento da pessoa jurídica como consumidora. A aplicação do Código de Defesa do Consumidor em relação às pessoas jurídicas vulneráveis não deve ser distanciada, buscando assim, a relevante proteção dos mais frágeis na relação de consumo.

2 O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A proteção do consumidor decorre da aplicação da Lei 8078 de 11 de setembro de 1990 ¹, juntamente com outras fontes jurisprudenciais e doutrinárias. Tal arcabouço legal e epistemológico visa à proteção do consumidor frente um fornecedor mais capacitado intelectual e tecnologicamente que o consumidor.

2.1 O Direito do Consumidor e o problema em questão

O problema a ser desenvolvido se encontra com base no ramo do direito civil e se desdobra no direito das obrigações, tendo por área específica o direito do consumidor. Surge então, um leque de interpretações, nas quais, a pessoa jurídica aparece, em alguns casos, como consumidora dentro das relações de consumo cobrando uma obrigação de dar ou fazer em alguns casos solicitando reparação de danos ou ainda a punição por parte de atitudes abusivas do fornecedor.

Citando as palavras de Pablo Stolze Gagliano e Rodolfo Pamplona Filho:

“Responsabilidade, para o Direito, nada mais é, portanto, que uma obrigação derivada – um dever jurídico sucessivo – de assumir as conseqüências jurídicas de um fato, conseqüências essas que podem variar (reparação de danos e/ou punição pessoal do agente lesionante) de acordo com os interesses lesados” ²

Ademais se faz necessário à elucidação de conceitos a respeito do destinatário final, bem como a análise de aspectos circunstanciais na relação de consumo. Contudo, para a comprovação da fragilidade de uma empresa em relação à outra serão trabalhados diversos aspectos, nos quais, a análise da atividade

¹ BRASIL, Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 28 ago. 2013.

² GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo curso de Direito Civil*, 12. ed. São Paulo: Saraiva, v.3, p. 5. 2011.

desenvolvida se fará fundamental para a prova da fragilidade na relação de consumo.

A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, LXXIV, aduz: “o Estado prestará assistência jurídica integral e gratuita aos que comprovarem insuficiência de recursos”³. Desse modo, há uma nítida questão de vulnerabilidade e fragilidade a ser trabalhada para o correto enquadramento no conceito de consumidor trazido pelo Código de Defesa do Consumidor.

Através da interpretação do texto constitucional percebe-se uma proteção inicial aos que devidamente comprovarem insuficiência de meios, ou seja, de sua fragilidade. Porém, no Código Civil de 2002⁴ a vulnerabilidade aparece sendo protegida em qualquer tipo de negócio jurídico que celebre como destinatário final, ou seja, consumidor. Assim, é complexo definir o procedimento único a adotar, se fazendo necessária uma análise circunstancial do caso em tela, com a aplicação harmoniosa do ordenamento brasileiro.

2.2 Os Elementos Subjetivos da Relação de Consumo

A relação de consumo ocorre entre dois elementos subjetivos: O consumidor e o fornecedor. Essa relação naturalmente é dinâmica e em alguns casos pode se tornar complexa. Assim sendo, há arcabouço legal na Lei 8078/90, bem como esteio doutrinário e também jurisprudencial, que, busca assegurar o vínculo jurídico entre as partes e assim uma maior proteção para o consumidor, parte mais frágil na relação contratual.

Tal fato urge em decorrência do consumidor ser percebido como parte frágil e de menor capacidade intelectual e econômica nas relações com o fornecedor. Assim sendo, o entendimento inicial parece simples, porém cabe ressaltar que não estamos apenas em busca de um entendimento de relações entre pessoas físicas, ou seja, o consumidor clássico. O objeto de estudo tem as pessoas jurídicas como consumidoras e parte a ser protegida e não mais a pessoa física

³ BRASIL, Constituição Federal (1988). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 28 ago. 2013.

⁴ BRASIL, Lei nº 10.406, de 10 de Janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 01 nov. 2013.

individualizada, o que dificulta a percepção de parte vulnerável na relação de consumo.

Aponta-se então a pessoa jurídica sendo consumidora de outra pessoa jurídica. Logo, como conceber que empresas dotadas de personalidade jurídica de Direito Privado, possam ser beneficiadas pela lei consumerista e assim garantir benefícios legais nela previstos. É fato que nem todas as empresas são de mesmo porte e tem capacidade tecnológica e intelectual semelhante. Existem situações de consumo que dificilmente se percebe a fragilidade de um dos lados, o que prejudica o encaixe da pessoa jurídica na definição de consumidora.

Tal fato mostra-se circunstancial e deve ser embasado em análise fática, visto que, em qualquer relação de consumo estão presentes princípios norteadores que devem ser seguidos para uma ideal manutenção das relações contratuais. Ademais a aquisição de produtos ou serviços como insumos distanciaria a conceito de consumidor ou destinatário final, pois estaria sendo matéria-prima de geração de renda.

A Carta Magna de 1988, em seu artigo 5º, XXXII, reza: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. Dado isso, é nítido que em relações contratuais entre duas empresas, caso exista uma empresa consumidora lesada está buscará os meios legais para a reparação de seus danos e devida punição da outra parte pelo abuso cometido.

Cumprir destacar o nexo de causalidade como um fator importante e capaz de gerar obrigação entre duas pessoas jurídicas, para que, seja uma delas obrigada a dar ou fazer algo. Por exemplo, uma pequena empresa pode adquirir produtos ou utilizar serviços de uma empresa de grande porte como destinatária final.

Portanto através da análise do nexo causal conseguimos chegar à comprovação e necessidade do cumprimento de uma obrigação, sendo a parte coatora responsável pelo dano que causara.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), em seu artigo 4º, traz os princípios basilares dos consumidores:

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

Percebe-se uma busca constante pela harmonização não só do ordenamento jurídico aplicado, como também das relações de consumo, e ainda de princípios constitucionais. Enfim temos uma Política garantista de direitos previstos em nossa Constituição.

O CDC, em seu artigo 4º, III, traz considerações importantes para o entendimento do tema:

“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, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores”.

Pela análise do texto se percebe uma compatibilização da proteção do consumidor unida ao desenvolvimento econômico e tecnológico do mercado e tudo ligado com princípios da boa-fé e equilíbrio entre as partes. Assim, conseguimos entender a dificuldade de aplicação do conceito de consumidor, pois estão envolvidos diversos aspectos nas definições de consumidores e fornecedores.

Cabe citar ainda o inciso VI, do mesmo Código, em seu artigo 4º:

“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”.

Como a proteção do consumidor tem esteio em base Constitucional, e esta, possui texto garantista de direitos individuais dos cidadãos é compreensível a previsão legal de coibição e repressão de abusos praticados por quem quer que seja na relação de consumo. Igualmente, cabe ao consumidor saber se adequar a legislação e procurar o seu lugar obtendo os direitos previstos em Lei.

Por fim o inciso VIII, do Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 4º, traz a preocupação de atualização e fortalecimento da norma: “VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo”.

É latente a proteção conferida aos consumidores e a preocupação da harmonização constante nas relações de consumo e em todo o ordenamento. Princípios tão abarcados pelo Direito Brasileiro, como: vulnerabilidade, boa-fé, igualdade, transparência, dentre outros presentes no texto desse artigo. Ademais, tais abordagens também são comuns em outras áreas do Direito Brasileiro, sendo, percebidas e rotineiramente trabalhadas pelas empresas, as quais querem em garantia aos seus direitos mais segurança e proteção nas relações com grandes fornecedores.

Com o desenvolvimento tecnológico e econômico as empresas criaram ferramentas mais hábeis e capazes de influenciar as escolhas dos consumidores. Assim percebemos consumidores mais frágeis que precisam ter suas desigualdades percebidas pela legislação.

Então, no princípio da vulnerabilidade temos de um lado uma pessoa jurídica suscetível ao recebimento de algum ataque em decorrência de sua natureza de atividade. Desse modo, o consumidor poderá ser percebido como o agente mais fraco na relação de consumo. Nesse caso, a pessoa jurídica detém inferior capacidade tecnológica e intelectual em confronto direto com o fornecedor mais capacitado. Em geral, não consegue influenciar na relação com seu fornecedor.

Claudia Lima Marques enfoca:

“Ninguém discute hoje mais por que o consumidor foi o único agente econômico a merecer inclusão no rol dos direitos fundamentais do art. 5º. da Constituição Federal. Trata-se de

uma necessária concretização do princípio da igualdade, de tratamento desigual aos desiguais, da procura de uma igualdade material e momentânea para um sujeito com direitos diferentes, sujeito vulnerável, mais fraco.” (grifo nosso) ⁵

Almejando elucidar a idéia de fragilidade e necessidade de redução das desigualdades cita-se as considerações de Bruno Miragem:

“O paradigma individualista, sobretudo no direito privado, cede espaço a novos interesses igualmente reconhecido pelo Estado, cuja intervenção em favor do sujeito reconhecido como vulnerável tem por objetivo a recomposição da igualdade jurídica, corrigindo os elementos fáticos de desigualdade.” (grifo nosso) ⁶

Urge ressaltar que o consumidor, em razão de sua fragilidade acaba por contratar serviços e adquirir produtos por influência do fornecedor. Em grande parte das situações sendo estes impulsionados por mídias atrativas. Porém, deve ser mantida a dignidade do consumidor, seja este pessoa física ou jurídica.

A igualdade é percebida quando ocorre a colocação pareada de posições. Temos, portanto, dentro da relação de consumo pessoas distintas, com capital social diferenciado, porém ocorre a busca de um nível razoável de negociação. Materialmente a diferença mostra-se evidente, cabendo à legislação brasileira o fortalecimento da parte mais fraca para equilíbrio contratual e assim uma relação de consumo mais pareada.

Fechando com as palavras de Paulo Valério Dal Pai Moraes, o qual destaca:

“os interessados na sua estimulação se valerão de todas as técnicas para aflorar necessidades, criar desejos, manipular manifestações de vontades e, assim, gerar indefinidas

5 MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 384.

6 MIRAGEM, Bruno. *Direito do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008, p. 23.

circunstâncias que poderão ter como resultado o maior consumo e, em grau mais perverso, inclusive obrigar ao consumo de produtos ou serviços inadequados." (grifo nosso)⁷

A boa-fé, princípio também garantido pela Carta Magna, continuamente presente nas relações de consumo não pode ser esquecida. Logo, deve-se cobrar dos agentes atitudes e condutas condizentes com a ética e o respeito mútuo, sejam estes consumidores ou fornecedores.

Junto à relação de consumo urge a obrigação de uma conduta respeitosa, na qual, as partes devem agir almejando a conclusão do pactuado evitando manipulações de vontades e prejuízo a outrem. A transparência em qualquer relação de consumo é fundamental para uma adequada relação de consumo.

O consumidor deve estar ciente de todos os aspectos envolvidos em sua aquisição, sejam eles: valor, forma, qualidade, durabilidade, garantia e outros. Dito isto, percebemos um prolongamento do princípio da boa-fé anteriormente citado.

Poderiam ser citados ainda princípios, como: o da informação, da autonomia, da racionalização e tantos mais. Ademais fica claro perceber que nas relações contratuais e de consumo deve haver lealdade entre as partes obtendo ganhos proporcionais para ambos os lados, ou seja, ambas as partes devem antes cumprir os seus deveres para terem os seus direitos garantidos conforme previsão de legislação.

2.3 O Consumidor no CDC

A aplicação do conceito de consumidor, em regra, necessita de uma análise simultânea e harmoniosa de fontes. Percebe-se útil para uma melhor adequação do consumidor dentro da relação de consumo.

“O chamado direito do consumidor é um ramo novo do direito, disciplina transversal entre o direito privado e o direito

⁷ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *O Código de Defesa do Consumidor: princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. Porto Alegre: Síntese, 1999, p. 152.

público, que visa proteger um sujeito de direitos, o consumidor, em todas as suas relações jurídicas frente ao fornecedor, um profissional, empresário ou comerciante.”⁸

A proteção legal frente a um fornecedor traz suporte e equilíbrio aos consumidores, nas relações de consumo. O CDC traz o conceito de consumidor em quatro passagens, porém em decorrência da multiplicidade de situações fáticas, nem sempre será a única ferramenta e base a ser utilizada. O Consumidor acaba por depender do enfoque da atividade dentro do caso prático e da análise conjunta das influências em seus resultados.

O artigo 2º, caput, do CDC, reza:

“Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

Assim, percebemos duas passagens nesse artigo, com a definição inicial de consumidor, bem como a equiparação deste a uma coletividade de pessoas que intervêm em relações de consumo.

Já o artigo 17, do CDC traz: “Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”. Dito isto, todas as pessoas envolvidas em acidentes de consumo podem ser percebidas também como consumidoras.

Em seu artigo 29, no capítulo: Das Práticas Comerciais, o CDC reza: “Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”.

⁸ BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. p. 23.

Logo, verifica-se uma variedade de percepções e conceitos de consumidor, nas quais, podem ser estes vítimas ou simplesmente partícipes de relações de consumo em caráter de desigualdade.

Segundo José Geraldo Brito Filomeno, o consumidor poderia ser avaliado de diversos pontos de vista, sendo eles, por exemplo: econômico, psicológico, sociológico, de ordem filosófica. Desse modo, caber citar uma passagem de seu Manual de Direitos do Consumidor:

“Consumidor é considerado todo indivíduo que se faz destinatário da produção de bens, seja ele ou não adquirente, e seja ou não, a seu turno, também produtor de outros bens. Trata-se, como se observa, da noção asséptica e seca que vê no consumidor tão somente o homo economicus, e como participe de uma dada relação de consumo, sem qualquer consideração de ordem política, social, ou mesmo filosófico-ideológica”.⁹

Em análise ao trecho citado a pessoa jurídica deve ser destinatária final dos bens. Mas, considerando a grande quantidade de situações fáticas que envolvem o conceito de consumidor, cabe ressaltar e considerar outros aspectos que envolvam a relação de consumo.

Portanto, passamos por uma necessária análise de conceitos correlatos, com interpretações simultâneas, somadas com a necessária participação em categoria, em classe social. Ou seja, faz-se necessário um entendimento das bases legais e de outras fontes doutrinárias e jurisprudenciais para melhor aplicação ao caso prático, e assim, para um melhor enquadramento da pessoa jurídica no conceito de consumidor evitando assim a proteção a quem não seja merecedor.

Já Fabio Comparato, aduz:

“Ao defenderem a idéia de que consumidor não pode ser toda pessoa jurídica, os finalistas acabam por introduzir um

9 FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de Direitos do Consumidor*. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2003. p. 33/34.

outro requisito para a caracterização do consumidor, com base no artigo 4º, I, CDC: o da vulnerabilidade”.¹⁰

Estamos por propor a proteção de uma pessoa jurídica vulnerável dentro de uma relação de consumo, mas não de qualquer pessoa, pois nem sempre a situação econômica das empresas serão diferenciadas e assim estas não serão merecedoras de garantias protecionistas. Tal noção subjetiva de consumidor vislumbra a necessidade de instrumentalização de conceitos legais e doutrinários e de sua análise interligada. Logo, para que as pessoas jurídicas possam ser percebidas como consumidoras, precisam de uma interpretação extensiva do CDC unida com outras fontes pertinentes ao caso em tela.

Conforme cita Cláudia de Lima Marques:

“consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família, consumidor seria o não-profissional, pois o fim do Código de Defesa do Consumidor é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável”.¹¹

A questão de vulnerabilidade é latente nas relações de consumo e passa a ser percebida mostrando-se importante no entendimento e colocação física e também da pessoa jurídica como consumidora frente a um fornecedor.

“Segundo a teoria maximalista, o Código de Defesa do Consumidor surgiu para ser um código geral de consumo. Para os maximalistas, basta que a pessoa retire o bem da cadeia de consumo para se tornar um destinatário fático e, portanto, um consumidor”.¹²

10 COMPARATO, Fábio Konder. A Proteção do Consumidor: importante capítulo do direito econômico. *Revista de Direito mercantil industrial, econômico e financeiro*, São Paulo, v.13, n.15/16, 1974.

11 MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. Revista dos Tribunais, 6ª ed. São Paulo; 2011. p. 254.

12 BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: ed. Revista dos Tribunais, 2007. p. 71.

Com esse entendimento dado pelos seguidores da corrente maximalista percebemos que a simples retirada de um bem atende ao requisito para o enquadramento na definição do elemento subjetivo consumidor e logo para a obtenção de direitos garantistas. Tem-se uma interpretação extensiva da base legal que acaba por gerar inclusões inviáveis. Por exemplo, empresas com o uso de má fé nas relações de consumo poderiam ser beneficiadas e assim obterem proteção legal, o que seria inadmissível.

Não podemos esquecer que a pessoa jurídica elencada como consumidora busca evitar práticas comerciais abusivas da outra parte. Para o aceite conceitual deve existir a inegável vulnerabilidade entre a pessoa jurídica consumidora e fornecedora.

Luiz Antônio Rizzatto Nunes traz a seguinte observação: “Ora, afinal o que é que uma pessoa jurídica pode consumir? Para ser consumidora, a pessoa jurídica só pode consumir produtos e serviços que fossem tecnicamente possíveis e lhe servissem como bens de consumo”.¹³

Assim uma interpretação extensiva, com certeza, trará dificuldade no entendimento de fatos específicos trazidos pela relação jurídica dentro nas negociações de mercado. Pois, dependendo da destinação do produto ou serviço adquirido teríamos o enquadramento correto da pessoa jurídica como consumidora ou não.

2.4 A Vulnerabilidade nas Relações de Consumo

A vulnerabilidade na relação de consumo é mais facilmente percebida entre pessoas jurídicas e pessoas físicas, aonde temos de um lado uma grande empresa dotada de funcionários capacitados e muita tecnologia indo de encontro a um único consumidor, menos capacitado e mais frágil.

Não só a Carta Magna prevê a garantia de princípios fundamentais. O CDC almeja a manutenção de um equilíbrio entre as partes nas relações contratuais,

¹³ NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007. p. 103.

se preocupando com os direitos e deveres das partes. Tal fato é oriundo da produção em larga escala a ser assegurada por contratos que garantam os direitos dos empresários e os lucros dos acionistas.

Assim, tal fato dificulta uma análise dos consumidores e resulta na aquisição de produtos sem a devida análise de mercado, muitas vezes sobre influência de técnicas abusivas de vendas. Segundo Paulo Valério Dal Pai Moraes, temos a seguinte definição de vulnerabilidade:

“O princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade daquele ou daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venham a ser ofendidos ou feridos, na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do sujeito mais potente da mesma relação”.¹⁴

Assim, a vulnerabilidade poderia resultar em perdas expressivas para o consumidor, seja física, psíquica ou econômica. Ademais na qualidade de adquirentes, os consumidores devem ser analisados, qualificados e devidamente protegidos nos aceites em relação a produtos e serviços dentro do sistema jurídico brasileiro.

Já, Antônio Herman Benjamin tem o seguinte pensamento:

“O princípio da vulnerabilidade representa a peça fundamental no mosaico jurídico que denominamos Direito do Consumidor. É lícito até dizer que a vulnerabilidade é o ponto de partida de toda a Teoria Geral dessa nova disciplina jurídica”.¹⁵

¹⁴ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *O Código de Defesa do Consumidor: princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. Porto Alegre: Síntese, 2001, p. 96.

¹⁴ BENJAMIN, Antônio Herman de V. na apresentação ao livro de Paulo Valério Moraes. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 2 ed. Porto Alegre: Síntese, 2001, p.10.

Verifica-se, ainda, no CDC o necessário atendimento das necessidades dos consumidores, bem como sua proteção e garantia de seus direitos. Tal ordenamento enseja uma série de condições e objetivos, tendo como esteio a melhoria das relações de consumo e o devido respeito ao consumidor e a garantia de princípios previstos na legislação.

É constante a preocupação em atender os princípios basilares do nosso ordenamento jurídico almejando a manutenção de uma qualidade de vida aceitável a pessoa física ou jurídica. Através da transparência e equilíbrio nas relações de consumo teremos um mercado mais equilibrado e relações de consumo mais dignas entre fornecedores e os consumidores, todos cumprindo os seus deveres e tendo por consequência seus direitos obtidos.

Fábio Comparato, traz o seguinte entendimento:

“Hoje, os economistas reconhecem que a realidade primária, a ser levada em consideração, na análise do mercado, não são as necessidades individuais dos consumidores e sim o poder econômico dos organismos produtores, públicos ou privados.”¹⁶

Cabe ressaltar que para um ideal equilíbrio de partes tão distintas, quer economicamente, quer tecnologicamente faz-se necessária uma legislação capaz e adaptada as constantes alterações mercadológicas e sociais. Analisar as técnicas de manipulação impostas pelas grandes companhias auxilia na efetivação de leis e entendimento jurisprudenciais mais coerentes.

Atualmente, são desenvolvidos instrumentos de comercialização de produtos, que por diversas vezes, manipulam o consumidor para uma reação através de impulso, por exemplo, facilmente percebidas em consumidores em mercados ou lojas de varejo. Dito isto, cada vez mais, as empresas trabalham as informações sobre os seus produtos e investem em campanhas de vendas. Tal fato distancia o acesso à informação sobre a qualidade dos produtos e assim sobre o conhecimento dos populares.

¹⁶ COMPARATO, Fábio Konder. A proteção do consumidor. *Revista Forense*, Rio de Janeiro, v 13, n.15 e 16, 1974, p. 19.

Ademais temos os lucros para as grandes empresas sendo maximizados, bem como a fabricação em grande escala dos produtos comercializados. Por sua vez, na maioria dos casos, os consumidores não efetivam os seus direitos evitando uma ideal coerção dos grandes fornecedores e de suas atitudes abusivas.

Os fornecedores para evitar desgastes com seus consumidores criam meios contratuais de forma a trazer para si vantagens exageradas e dificultar a judicialização por parte dos consumidores. Muitas, vezes, percebidas como ilegais em relação ao nosso ordenamento jurídico. Os consumidores tornam-se vítimas do mercado de consumo mais capacitado.

Na percepção de João Batista de Almeida:

“O reconhecimento de que o consumidor estava desprotegido em termos educacionais, informativos, materiais e legislativos determinou maior atenção para o problema e aparecimento da legislação protetiva em vários países.¹⁷

Assim fica claro que os consumidores não têm o mesmo acesso às informações dos seus fornecedores e de seus direitos. Assim sendo, os fornecedores são beneficiados aumentando o desequilíbrio e a impunidade dos grandes empresários, nos quais fica mais rentável manter o desequilíbrio e arcar com as conseqüências.

Logo, muitos países, procuram a edição de normas protecionistas dos consumidores. Há leis de proteção ao consumidor espalhadas pelo mundo inteiro, mas a divergência no conceito de consumidor gera dificuldade na aplicação geral.

Uma ideal caracterização da figura do consumidor em confronto com um desequilíbrio na relação de consumo extrai a interpretação equivocada da Lei Consumerista. Com isso, observar a natureza das atividades de atuação das empresas é importante.

¹⁷ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 4.

As afirmações de Bourgoignie evidenciam:

“A qualidade do consumidor pertence a todos e a cada um, que seja empregador, trabalhador, cidadão, produtor, distribuidor, profissional, rico, pobre etc. [...] O consumidor, porque consome, não deve ser tratado como produtor, trabalhador ou cidadão. Mas a ambigüidade nasce do fato de o produtor, o trabalhador e o cidadão serem igualmente consumidores.¹⁸

Em análise da informação traçada pelo autor não conseguimos fechar uma cadeia padrão de procedimentos a serem desenvolvidos pelos consumidores ou legisladores, pois este tem uma ampla concepção do tema. A vinculação de distintos aspectos ligados ao sujeito da relação com fatos circunstanciais de atividades desenvolvidas no mercado coloca as partes em pontos distintos incidindo, desta forma, no princípio da vulnerabilidade.

Com a genérica aplicação do conceito de consumidor podem ser considerados aspectos conceituais mesclados com requisitos fáticos do caso em tela. As divergências serão, em grande maioria, sanadas através das ponderações e distinções tecnológicas e intelectuais entre as partes, a ser efetivada pelos doutrinadores e aplicadores do direito.

Dito isto, nos deparamos com uma ampla rede de consumidores prejudicados. Porém, nem sempre as pessoas jurídicas serão parte vulneráveis na relação de consumo. Em dado momento e levando em consideração a questão fática, até mesmo uma pessoa natural não estará em pé de desigualdade com relação ao fornecedor. Logo o princípio da boa-fé está constantemente presente e deve ser sempre considerado pelos aplicadores do direito.

¹⁸ BOURGOIGNIE, Thierry. O conceito jurídico de consumidor, *Revista de Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro, v. 2, p. 21, mar 1992.

Palavras de Claudia Lima Marques:

“Trata-se de uma necessária concretização do princípio da igualdade, de tratamento desigual aos desiguais, da procura de uma igualdade material e momentânea para um sujeito com direitos diferentes, sujeito vulnerável, mais fraco”.¹⁹

Ao Estado, através de sua política nacional, cabe a obrigação de proteção jurídica ao consumidor, por ser este, em grande escala, parte frágil nas relações de consumo. Ademais se almeja atender os anseios sociais e atingir um mínimo de igualdade entre o consumidor e o fornecedor de produtos e serviços.

Salientou o Min. Celso de Mello no julgamento da ADIn 2.591:

“[...] a proteção ao consumidor e a defesa da integridade de seus direitos representam compromissos inderrogáveis que o Estado brasileiro conscientemente assumiu no plano de nosso ordenamento jurídico. O relevo indiscutível desse compromisso estatal – considera a irrecusável importância jurídica econômica, política e social de que se revestem os direitos do consumidor, tanto mais se acentua, quando se tem presente que a Assembléia Nacional Constituinte, em caráter absolutamente inovador, elevou a defesa do consumidor à posição eminente de direito fundamental (CF, art. 5º, XXXII), atribuindo-lhe, ainda, a condição de princípio estruturador e conformador da própria ordem jurídica (CF, art. 170, V)”.²⁰

Percebem-se algumas ofensas em geral decorrentes de acidentes de consumo, tais como: publicidades, cobranças exageradas, venda de carteiras de clientes com dados sigilosos de consumidores, má qualidade de produtos e serviços, bem como um mau atendimento dos fornecedores.

¹⁹ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 384.

²⁰ BRASIL, STF, Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2.591: [...] Relator: Ministro Carlos Velloso. 13 abr. 2007. Disponível em: <http://www.stf.jus.br/jurisprudência>. Acesso em: 24 set. 2013.

Em análise as ponderações a seguir descritas de Sérgio Cavalieri Filho, percebemos que é importante frisar que não se avalia o conceito de hipossuficiência, mas sim o conceito de vulnerabilidade. Tais conceitos não devem ser confundidos, pois a questão de hipossuficiência transparece uma dificuldade em se gerar a produção de provas relacionadas a algo.

Sérgio Cavalieri Filho, afirma:

“É na vulnerabilidade do consumidor, portanto, que se funda o Direito do Consumidor. Essa é a sua espinha dorsal que sustenta toda a sua linha filosófica. Reconhecendo a desigualdade existente, busca estabelecer uma igualdade real entre as partes nas relações de consumo.”²¹

O conceito de vulnerabilidade detém caráter material. Logo, todos os consumidores serão vulneráveis. Portanto não são analisados apenas aspectos meramente econômicos. Ademais envolvidos pela má-fé, até mesmo, pessoas físicas se distanciam dos conceitos de consumidor.

Paulo Valério Dal Pai Moraes, enfoca:

“Os interessados na sua estimulação se valerão de todas as técnicas para aflorar necessidades, criar desejos, manipular manifestações de vontade e, assim, gerar indefinidas circunstâncias que poderão ter como resultado o maior consumo e, em grau mais perverso, inclusive obrigar ao consumo de produtos ou serviços inadequados”.²²

O consumidor, por ser psicologicamente vulnerável, acaba por adquirir diversos produtos e serviços desnecessários. Desse modo, a partir da conceituação e estudo da vulnerabilidade foram criados os direitos dos consumidores. Cada caso deve ser estudado em particular tendo como esteio distintos focos, quais sejam: fático, jurídico, tecnológico, entre outros.

²¹ CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de direito do consumidor*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 8.

²² MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *O Código de Defesa do Consumidor*. 2 ed. São Paulo: Revista do Tribunais, 2002. p. 152.

O trabalho harmônico da Carta Magna e das demais Leis evidencia uma nova tendência da legislação brasileira. A união de pensamentos e bases legais pugnando pela redução das desigualdades sociais demonstra um caminho mais adaptado aos anseios dos consumidores.

3 A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

3.1 O Consumidor e a Natureza de sua Atividade

A multiplicidade de conceitos se explica pela diversidade de atividades vinculadas ao mercado de consumo. As incidências de normas de proteção do consumidor variam em decorrência da natureza da atividade desenvolvida no mercado de consumo, não esquecendo ainda do elo necessário e da aplicação de distintos princípios constitucionais garantistas de liberdades individuais.

Caso a relação de consumo se constitua, entre pessoas jurídicas, com intuitos comerciais apenas torna-se distante a consideração da pessoa jurídica como consumidora. Os bens adquiridos devem ser de consumo e não bens obtidos com foco na obtenção de acumulação de capital, ou seja, lucro, devendo ocorrer entre fornecedor e consumidor um desequilíbrio natural que favoreça o fornecedor mais capacitado.

Assim, uma empresa de calçados pode configurar como consumidora quando adquire equipamentos de uma empresa de informática, visto que, não detém conhecimento técnico e capacidade intelectual para a confecção e desenvolvimento desse tipo de produto, mas esta pode se distanciar do conceito quando adquirir solado para a fabricação de seus produtos. Assim, o correto enquadramento dependerá da análise fática e da atividade que a empresa venha a desenvolver no mercado.

Ademais, parece mais equânime, a pessoa jurídica sendo considerada consumidora se a compra de produtos ou utilização de serviços estiver fora do âmbito de sua atividade profissional. Para o correto enquadramento na legislação e na definição de empresa consumidora a pessoa jurídica deve obedecer a requisitos que viabilizem sua garantia de acesso a legislação.

Tal fato vem por justificar a desigualdade sofrida pela pequena empresa que adquire produtos em uma relação à outra empresa de porte superior. A aquisição de produtos fora de sua atividade-fim vem justificar ao mínimo uma questão de vulnerabilidade técnica e intelectual em relação ao fornecedor, mesmo que, a vulnerabilidade econômico-financeira inexista. Assim abre-se ainda uma nova

fronteira, nas quais, grandes empresas buscarão as garantias protecionistas previstas pelo Estado.

Cabe destacar a idéia de Fábio Ulhôa Coelho, que aponta as pessoas jurídicas consideradas consumidoras quando sua atividade econômica continuar sem alterações mesmo com a aquisição e utilização dos produtos em discussão:

“quando a atividade econômica do empresário puder ser desenvolvida, sem alterações quantitativas ou qualitativas em seus resultados, apesar da falta de um determinado bem, então a sua aquisição é, juridicamente, consumo e o empresário estará tutelado pelo novo texto legal.”²³

Agora se acrescentam a análise os resultados das empresas. Ademais, uma análise racional e harmônica do caso prático com uso de diversas fontes é necessária, bem como o seu esteio em outros julgados semelhantes. Assim sendo, como dito anteriormente, até mesmo em contratações ocorridas entre grandes empresas, com alto porte econômico poderíamos ter relação de consumo, visto que, a fragilidade de conhecimentos técnicos sempre pode existir na aquisição de produtos ou serviços.

3.2 O Destinatário Final

O artigo 2º do CDC reza: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Portanto as pessoas jurídicas e naturais devem ser devidamente caracterizadas como consumidoras para o correto enquadramento de destinatárias finais na relação de consumo.

Segundo a opinião de Fabiana Simões:

“Antes de analisarmos as correntes temos que esclarecer que o destinatário final pode ser o destinatário fático: aquele que retira o produto do mercado de consumo e; o destinatário

23 COELHO, Fábio Ulhôa. A Compra e Venda: os Empresários e o Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 3, n. 9, p. 36, dez 1991.

econômico: aquele que faz uso pessoal do produto ou serviço, esta diferenciação é necessária para que possamos entender as correntes.²⁴

O produto e serviço quando utilizado por uma pessoa jurídica como meio de acumulação de capital, ou seja, com foco único na obtenção de lucro, dificultará a interpretação e possível caracterização da pessoa jurídica como consumidora.

Surge à necessidade de comentar as idéias defendidas por Claudia Lima Marques, que traz um enquadramento necessário da pessoa jurídica como consumidora vinculado ao usufruto do produto ou serviço fora de sua atividade econômica.

Conforme as idéias de Cláudia de Lima Marques:

“Essa interpretação restringe a figura do consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família, consumidor seria o não-profissional, pois o fim do Código de Defesa do Consumidor é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável.”²⁵

Percebe-se uma necessária comprovação da vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo, quer seja pessoa jurídica ou pessoa física. Tal leitura pugna pela coerente interpretação do conceito de consumidor e pelo necessário afastamento daqueles que, pela má fé buscam a proteção garantista dada pela lei.

Segundo as idéias de Fábio Ulhoa Coelho,

“O conceito de insumo é o elo que liga a interpretação coerente do destinatário final. O produto e serviço adquirido caso não fosse vital em relação à atividade econômica

²⁴ SIMÕES, Fabiana. *Conceito de Consumidor, Fornecedor, Relação de Consumo, Produtos, Serviços e Produtos Perigosos*. Disponível em: <http://www.fwg.com.br/conceito-de-consumidor-fornecedor-relacao-de-consumo-produtos-servicos-e-produtos-perigosos>. Acesso em: 25 set. 2013.

²⁵ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 384.

desenvolvida pela pessoa jurídica poderia ser considerada destinatário final. Todavia, caso a aquisição do produto venha a participar da atividade econômica da pessoa jurídica será difícil a caracterização da relação de consumo”.²⁶

Ocorre que, para alguns outros autores verifica-se ainda que o destinatário final das relações de consumo serão também econômicos, ou ainda, que cada caso circunstancial deve ser analisado identificando qual parte do ordenamento jurídico deve ser aplicado.

Para Cláudia Lima Marques, o conceito de destinatário final é:

“Destinatário final é aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação teleológica, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência – é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu.”²⁷

Fica clara a importância dada a uma interpretação circunstancial por parte dos aplicadores do direito, visto que, envolvem pessoas de diferentes poderes econômicos, ratificando a complexidade da abordagem. Assim, cabe as autoridades avaliarem adequadamente e aplicarem de forma harmônica às leis a disposição para esteio de suas decisões.

Dito isto, são várias opções de análise que devem ser ponderadas e devidamente estudadas para um esclarecimento necessário desse requisito exigido em nosso ordenamento jurídico e atendimento adequado dos anseios protecionistas garantidos pela Constituição Federal.

²⁶ COELHO, Fábio Ulhôa. A Compra e Venda: os Empresários e o Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 3, n. 9, p. 95, dez 1991.

²⁷ BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003, p. 71.

3.3 Análise das Correntes Existentes

Dentre as idéias mais estudadas pelos doutrinadores e analistas jurídicos podemos citar três correntes, sendo elas a: maximalista, finalista e a finalista aprofundada.

3.3.1 Teoria Maximalista

A abordagem dos doutrinadores adeptos a essa corrente doutrinária vislumbram o Código de Defesa do Consumidor de um modo amplo, sendo a sociedade regulada como um todo por esse texto, o que acaba por atingir um maior número de pessoas. Fato esse, decorrente da análise única do ato e da relação de consumo.

Cláudia Lima Marques, aduz:

“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. A definição do art. 2º deve ser interpretada o mais extensamente possível, segundo esta corrente, para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior de relações no mercado. Consideram que a definição do art. 2º é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço”. (grifo nosso) ²⁸

Os doutrinadores partícipes da teoria maximalista pugnam o alargamento do conceito de consumidor e, assim, uma maior aplicação da legislação prevista no CDC. Enquadrado na definição de consumidor, a pessoa física ou jurídica passa a

²⁸ MARQUES. Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 5 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 255.

ser destinatária fática, pelo simples fato de adquirir ou utilizar produto ou serviço. Com isso, em alguns casos são geradas vantagens a quem delas não necessita, ou seja, atinge empresário ou pessoa física que por má-fé buscam garantias exageradas e ganhos desproporcionais na relação de consumo.

Essa teoria se distancia do uso dado ao produto ou mesmo da análise da finalidade do serviço adquirido. Diferente das idéias finalistas a seguir expostas, esta pode compactuar com a idéia de lucro por parte do adquirente, ou seja, de ganho exagerado. Desse modo, o CDC não se aplicaria apenas a pessoa física comum, mas a qualquer um que compra ou faz uso de produto ou serviço como destinatário fim.

Segundo as idéias de Cláudia Lima Marques, temos:

“O problema dessa visão é que transforma 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 a sua atividade-fim, de produção e de distribuição. No Código Civil (e na parte primeira do Código Comercial agora revogado), o privilegiado geralmente é o vendedor, que assume o risco de transferir seu produto para o outro profissional; no CDC, a proteção é do comprador, destinatário final, o consumidor. A pergunta aqui é por que proteger o comprador profissional, por que proteger um fornecedor frente ao outro. As relações entre iguais estão bem reguladas pelo Código Civil de 2002, pelo que restou do Código Comercial de 1850 e pelas leis especiais privilegiadoras dos comerciantes “. ²⁹

Caso venhamos a generalizar o entendimento do consumidor entraremos em confronto com o caráter da legislação especial criada para a garantia do equilíbrio nas relações de mercado e defesa dos vulneráveis. Torna-se inapto,

²⁹ BENJAMIM, Antonio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe MARQUES; Claudia Lima. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. p. 69.

pois com a ampliação dada por tal teoria desvincula o consumidor como um ente especial vulnerável e carente de tutela diferenciada frente ao fornecedor.

Portanto, pouco importa se o consumidor vai usufruir da aquisição, se este vai utilizar como matéria-prima para nova produção, ou ainda para uma possível revenda almejando a obtenção lucro. A definição de consumidor é mais ampla e fática, o que deixa de lado a análise aspecto econômico ou tecnológico.

As idéias da Ministra Nancy Andrighi sobre a corrente maximalista são as seguintes:

“É de se notar que, para os defensores desta corrente, pouco importa se o bem ou serviço adquirido será revendido ao consumidor (diretamente ou por transformação, montagem ou beneficiamento) ou simplesmente agregado ao estabelecimento empresarial (por exemplo: maquinário adquirido para a fabricação de produtos, veículo utilizado na entrega de mercadorias, móveis e utensílios que irão compor o estabelecimento, programas de computador e máquinas utilizados para controle de estoque ou gerenciamento): a sua utilização, direta ou indireta, na atividade econômica exercida, descaracteriza a destinação ou fruição final do bem, transformando-o em instrumento do ciclo produtivo de outros bens ou serviços”.³⁰

Em suma, para os pensadores maximalistas não haveria necessidade de utilização de normas específicas para a proteção do consumidor como destinatário final. Fica complexa a percepção da possibilidade da análise de vulnerabilidade entre dois fornecedores, pois nessa corrente não serão avaliadas as capacidade técnicas, ou intelectuais por exemplo.

Os maximalistas trabalham com uma visão mais ampla e abrangente da realidade, a qual consegue inserir no conceito de consumidor a definição do

³⁰ ANDRIGHI, Fátima Nancy. O conceito de consumidor direto e a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, *Revista de Direito Renovar*, Rio de Janeiro, v.2, n. 29, p. 1-2, mai. 2004.

destinatário final fático somado ao conceito de destinatário final econômico, com uma preocupação em relação ao objeto da demanda.

Então se tem o foco alterado da vulnerabilidade para a relação e ato de consumo apenas. A aquisição demonstra-se como fator determinante influenciando na destinação final do bem. Cabe lembrar que para relações entre iguais existe legislação específica que dá suporte.

Seguindo os traços apontados teríamos uma posição doutrinária preocupada apenas com a aplicação de um regulamento de feitos e não mais na garantia de direitos tão amplamente perseguidos pelos legisladores na atualidade.

Ademais a corrente maximalista busca uma interpretação do mercado de consumo brasileiro com foco no objeto da demanda, porém não pugna a proteção e garantia dos vulneráveis na relação de consumo. Segundo essa corrente, uma ampla interpretação do artigo 2º do CDC deve ser aplicada para o ideal regulamento do mercado de consumo brasileiro e não definição de fragilidade.

Busca-se aplicar a relação de consumo ao maior número de pessoas, porém ocorre um distanciamento de uma análise circunstancial que equilibraria a relação entre pessoas distante tecnologicamente e economicamente. Por exemplo, empreendedor do ramo de alimentos nada entende da mecânica de seus equipamentos adquiridos, logo deve ter uma proteção diferenciada para evitar abusos por parte de ser fornecedor de maquinário.

João Batista de Almeida enfatiza que as pessoas físicas e jurídicas foram contempladas no conceito de consumidor apresentado pelo artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, independente de sua condição financeira, assim:

“a definição legal de consumidor (CDC art. 2º) contempla a pessoa física e a jurídica independente de nível de renda, fortuna, ou capacidade financeira, não se excluindo quem quer que seja da tutela por critérios meramente econômicos. Ao que parece, o legislador preferiu ampliar o guarda-chuva da tutela a restringi-la demasiadamente, à falta de critério objetivo que

pudesse assegurar uma seletividade de quem deveria receber a tutela”.³¹

Entende-se que qualquer pessoa, seja esta pessoa física ou jurídica, dotada ou não de riquezas, quando adquirir produtos ou serviços no mercado, poderá ser considerada consumidora, abarcando assim, a proteção legal garantida ao consumidor, sem restrições econômicas impostas.

As distintas possibilidades de estudo e interpretação acarretam em conflitos de idéias e posicionamento de autores. Uma vez que a proteção nas relações de consumo pode atingir a todos, deve haver estudo dos casos concretos almejando evitar o benefício de pessoas não vulneráveis. Assim sendo, uma análise cautelosa deve ser efetivada com a harmonização das decisões já ocorridas em outros julgados.

Ademais tal corrente acaba por proteger pessoas que não necessitam de apoio, ou melhor, que podem sem o apoio estatal estabelecer equilíbrio na relação de consumo com o seu fornecedor, pois apenas o objeto da demanda é levado em consideração. Assim há outras legislações, como por exemplo, o CC em seus artigos 421 e 422 que complementam e amparam as decisões baseadas nos conceitos trazidos pelo CDC.

3.3.2 Teoria Finalista

Agora cabe ressaltar a corrente finalista, os seus seguidores, bem como a interpretação restritiva do ordenamento jurídico.

Segundo pondera Claudia Lima Marques:

“Para os finalistas, pioneiros do consumerismo, 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, convém delimitar claramente quem merece esta tutela e quem

³¹ ALMEIDA, João Batista. *A proteção Jurídica do Consumidor*. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 39.

não a necessita, quem é o consumidor e quem não é. Propõe, então, que se interprete a expressão destinatário final do art. 2º do de maneira restrita, como requerem os princípios básicos do CDC, expostos nos arts. 4º e 6º. Destinatário final é aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segunda esta interpretação teleológica não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência, é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção”.³²

Assim sendo, são elencados diversos requisitos a serem percebidos, quais sejam: o produto ou serviço não pode ser adquirido com a intenção de revenda, ou não se pode ter como esteio a utilização profissional dessa aquisição. A nova aquisição seria ferramenta de produção e assim de obtenção de lucro por parte do adquirente. Ademais, são todos requisitos para o encaixe no conceito de consumidor.

Ademais confrontando com a corrente estudada até o momento, temos de um lado a corrente finalista com uma visão subjetiva e econômica do destinatário final, destoando do pensamento maximalista que interpreta o destinatário final de forma fática pugnando atingir o mais número possível de pessoas e o entendimento apenas do objeto da demanda dentro de um regulamento.

Agostinho Oli Koppe Pereira traz a seguinte conclusão: “Ou seja, a teoria finalista interpreta o conceito de consumidor, exposto no *caput* do art. 2º do CDC, de forma subjetiva, vinculando esta análise na finalidade do adquirente no ato da retirada do produto ou serviço do mercado”.³³

³² MARQUES. Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 5 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 303.

³³ PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. *Responsabilidade Civil por Danos ao Consumidor Causados por Defeitos dos Produtos: a teoria da ação social e o direito do consumidor*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003, p. 83.

Uma interpretação restritiva do CDC faz-se necessária para garantia de uma tutela especial a quem realmente detém vulnerabilidade e necessidade, objetivo da criação do código de amparo ao consumidor.

Há, todavia um reforço necessário de requisitos a serem abarcados pela análise do caso em tela. A fruição do produto adquirido deve ter distancia do ciclo produtivo para facilitar a análise do operador jurídico. A restrição de um grupo para a devida proteção estatal da parte mais frágil evidencia a necessidade de legislação especial.

Cláudia Lima Marques aduz que a teoria finalista “restringe a figura do consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família, pois o fim do CDC é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável”.³⁴

Ademais, o Ministro Antônio de Pádua Ribeiro trabalha a corrente finalista na mesma linha anteriormente citada:

“O conceito de consumidor, na esteira do finalismo, portanto, restringe-se em princípio, às pessoas, físicas ou jurídicas, não-profissionais, que não visam lucro em suas atividades, e que contrataram com profissionais. Entende-se que não se há falar em consumo final, mas intermediário, quando um profissional adquire produto ou usufrui de serviço com o fim de, direta ou indiretamente, dinamizar ou instrumentalizar seu próprio negócio lucrativo”.³⁵

O pensamento dos doutrinadores finalistas protege os mais frágeis nas relações de consumo, uma vez que, foge da idéia de lucro e instrumentalização de um negócio focado para a obtenção de capital, o que justifica a criação de código diferenciado de atenção de direitos.

³⁴ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. *Revista dos Tribunais*. 6ª ed. São Paulo, 2011. p. 254.

³⁵ BRASIL, STJ, Quarta Turma. REsp n . 541.867. Ementa: [...] Relator: Ministro Antônio de Pádua Ribeiro. Julgado em 16 mai. 2005. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/jurisprudencia>. Acesso em: 08 out 2013.

Através de novas técnicas de vendas e produção, as empresas repassam os custos de fabricação para os produtos a serem comercializados. No qual, fica nítido o distanciamento do critério fático em contrapartida a um critério econômico deve ser elencado para o ideal entendimento do destinatário final.

3.3.3 Teoria Finalista Aprofundada

A corrente finalista aprofundada demonstra-se como uma possível atualização da teoria finalista, pois são estudados os casos concretos de pessoas jurídicas, tidas como vulneráveis e com difícil enquadramento no conceito de consumidor. Essa teoria tem aparecido nas decisões do STJ, com a busca da harmonização de normas, o que potencializa seu entendimento e esclarece sua abordagem.

Tal teoria trabalha casos complexos de forma específica e diferente, pois efetivam uma interpretação somada com o conceito de vulnerabilidade. Ademais enquadra de melhor forma, o destinatário final na relação de consumo.

Novamente vale citar Cláudia Lima Marques:

“em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumos para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com utilização mista, principalmente na área dos serviços; provada a vulnerabilidade, concluiu-se pela destinação final de consumo prevalente. Assim, por exemplo, um automóvel pode servir para prestar os serviços da pequena empresa, comprado ou em leasing, mas também é o automóvel privado do consumidor. Ou, de forma semelhante, uma empresa de alimentos contrata serviços de informática, que não serão usados em sua linha de “produção” a não ser indiretamente, e a jurisprudência tende a considerar estes usuários mistos, ou consumidores finais diretos, como consumidores, uma vez que a dúvida sobre a destinação final e sobre sua caracterização é resolvida, de acordo com os arts.

4º, I e 47 do próprio CDC, a favor do consumidor”. (grifo nosso)

36

Assim sendo, nos parece mais coerente a aplicação de uma devida análise de aspectos diversos. O destinatário final nem sempre será rapidamente percebido, o que aumenta a responsabilidade dos legisladores e aplicadores do direito. Tendo com fulcro a jurisprudência e o entendimento citado anteriormente se observa uma nova percepção do conceito de consumidor, a qual une o destinatário final ao conceito de vulnerabilidade trazido pelo art. 4º do CDC.

Cabe trazer o texto do mesmo, com o destaque do inciso I:

“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 de sua qualidade de vida, bem como a transparência e a harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”. (grifo nosso)

A teoria finalista aprofundada acaba por apresentar uma interpretação de forma mais subjetiva quanto ao consumidor, porém mais focada, objetiva e clara em relação à atividade, ou seja, a função do consumidor na relação de consumo.

Ocorre uma abordagem mais madura e plausível em relação à busca social por equilíbrio e amparo legal. Assim, princípios basilares da Carta Magna, como: dignidade da pessoa humana, ou ainda, direitos de personalidade garantem uma redução de desigualdades sofridas por relações abusivas no mercado consumidor.

Após as considerações elencadas percebe-se a corrente maximalista com um destinatário fático e uma análise do produto ou serviço na relação de consumo

³⁶ BENJAMIM, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006. p. 85.

de forma objetiva atingindo qualquer tipo de relação de consumo, ou seja, o trabalho em busca de regulamentação. Ademais, o conceito de consumidor fica adstrito a pessoa física ou jurídica que compra ou usufrui de um produto para uso pessoal ou familiar.

Já para a corrente finalista há um destinatário econômico e também fático visto de forma subjetiva que possui uma destinação final para o bem adquirido, com uma idéia mais restritiva e uma análise de fatores circunstanciais na relação de consumo se mostrou uma evolução do pensamento maximalista. Em um contexto geral os doutrinadores partícipes da teoria finalista trabalham o Código de Defesa do Consumidor com uma finalidade de tutelar de um modo especial um determinado grupo, mais vulnerável.

A corrente finalista aprofundada trabalha o caso concreto pugnando identificar a pessoa jurídica como parte vulnerável na relação de consumo com um tratamento mais maduro e coerente da realidade dos aplicadores do direito, vendo as normas em conjunto pautadas em coerência de abordagem.

Dado os conceitos elencados, não seria plausível a concepção do comprador utilizando o bem como insumo de produção e ainda ser considerado consumidor, pois a transformação para uma futura revenda transfere o destinatário final do bem o que se torna inviável para aplicação de legislação especial.

De forma simples o destinatário final será aquele que adquirir o bem transformado e não aquele que fez as modificações para revenda e obtenção de capital.³⁷

Claudia Lima Marques, em suas manifestações, esclarece:

“Para os finalistas, como eu, 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

³⁷ GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do Consumidor*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2009. p. 15.

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, expostos nos artigos 4º e 6º”.³⁸ (grifo nosso)

Como elucida as idéias da autora e os destaques efetivados em seu texto a norma expressa no CDC tem como função uma garantia protecionista de pessoas vulneráveis, para isso existe uma norma especial. Não se pode pugnar pela resolução de conflitos ligados às pessoas jurídicas dotadas de base tecnológica e intelectual apenas.

Desta feita, a definição clara dos consumidores de forma madura e atual não requer uma aplicação objetiva e geral da norma, mas sim um adequado enquadramento do consumidor e o necessário afastamento de pessoas capazes da proteção especial garantida aos consumidores pelo ordenamento jurídico.

Com a idéia de ganho de capital e lucro, o empreendedor não encerrará o ciclo de vida do produto e assim não deve ser beneficiado pela proteção estatal especial.

Em relação ao citado, Cláudia Lima Marques, afirma:

“restringindo o campo de aplicação do CDC àqueles que necessitam de proteção, ficará assegurado um nível mais alto de proteção para estes, pois a jurisprudência será construída em casos em que o consumidor era realmente a parte mais fraca da relação de consumo, e não sobre casos em que profissionais-consumidores reclamam mais benesses do que o direito comercial já lhes concede”.³⁹

³⁸ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 3ª ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1999. p. 141.

³⁹ BENJAMIM, Antonio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007. p. 69.

O CDC deve ser interpretado, pelo operador do direito, com a responsabilidade e dever de proteger o consumidor que compra ou usufrui em benefício pessoal, representando o real encerramento do ciclo econômico do bem, com o apoio de todo o ordenamento jurídico existente.

Leonardo de Medeiros, aduz: “Deve-se fazer prova da vulnerabilidade, bem como o produto não deve fazer parte do portfólio de atuação do empresário. Assim sendo, é pertinente citar três possibilidades de vulnerabilidades, quais sejam: fática, técnica e jurídica.”⁴⁰

Dentro do conceito de vulnerabilidade fática ocorrem casos de fragilidade em relação à superioridade do fornecedor, quais sejam: econômicas ou intelectuais. A situação desigual das partes é percebida, por exemplo, através da anuência e consenso dos consumidores com cláusulas abusivas impostas pelos empreendedores em relações contratuais.

Dito isto, diferencia-se do conceito de vulnerabilidade técnica, que ocorre quando, no momento da aquisição, falta conhecimento técnico sobre o bem adquirido ou serviço contratado. Assim sendo, é fácil ocorrer o erro e imposição por parte do fornecedor.

Ademais o conceito de vulnerabilidade jurídica, como o próprio nome transmite resulta da falta de arcabouço jurídico por parte do consumidor, mas também de ausência de bases contábeis e ainda econômicas em relação ao fornecedor. Assim, é fácil identificar esse aspecto em relação às pessoas físicas, ou seja, aos não profissionais. Porém para as pessoas jurídicas, ou seja, profissional acaba-se por presumir um necessário desenvolvimento da base jurídica, o que dificulta a análise.

Portanto é possível a aplicação do CDC nas relações de consumo entre os fornecedores e outras empresas. Basta que, no caso fático, o conceito de destinatário final esteja somado às espécies vulnerabilidade existente. Desse modo, na aquisição efetivada pela pessoa jurídica deve ser destacada a não intenção de

⁴⁰ GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do Consumidor*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2009. p. 18.

obtenção de lucro e a diferenciação da natureza econômica laborada por esta pessoa jurídica, o que acaba por trazer a tona a presença da fragilidade em relação ao fornecedor e a necessária análise harmônica entre as normas existentes.

3.4 O entendimento do STJ

O entendimento do Superior Tribunal de Justiça, como da maioria dos aplicadores do direito, procura uma harmonização de conceitos, pois embora tenha decisões pautadas na corrente finalista, não distancia por completo da análise do enquadramento da pessoa jurídica ao conceito de fragilidade. Assim, aproxima-se da última corrente estudada, ou seja, do finalismo aprofundado.

O REsp 661.145, demonstra:

“a existência de um certo abrandamento na interpretação finalista, na medida que se admite, excepcionalmente e desde que demonstrada in concreto a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, aplicação das normas do Código de Defesa do Consumidor a determinados consumidores profissionais, como pequenas empresas e profissionais liberais”⁴¹

Cabe ressaltar dois pontos importantes do texto, quais sejam: a vulnerabilidade no caso em tela e o aceite da proteção a consumidores profissionais. Assim, o amadurecimento da norma em atenção aos anseios sociais está sendo considerada aceitando pessoas jurídicas em relação a sua fragilidade na relação de consumo.

Visto a discussão doutrinária apresentada até o momento, não só os doutrinadores mais atuais, bem como o STJ demonstram a necessidade de análise da questão da vulnerabilidade a partir do caso concreto, somada a aplicação ou omissão do Código de Defesa do Consumidor evitando garantia a quem delas não mereça.

⁴¹ BRASIL, STJ, Quarta Turma Resp n. 661.145. Ementa: [...] Relator: Min. Mauro Campbell Marques. Julgado em 22 fev. 2005, Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 06 out 2013.

Há uma variação natural no entendimento do STJ. Tal observação ocorre, pois o Direito Brasileiro é dinâmico e deve assegurar não só a proteção contínua aos consumidores, mais ainda, a manutenção do equilíbrio das relações de mercado previstas em nosso ordenamento jurídico.

O voto do relator, Min. Aldir Passarinho Júnior, no REsp 716.386, traz:

“[...] o emprego do empréstimo para capital de giro enquadra-se no conceito de atividade comercial, portanto não se cuida no presente caso de relação de consumo, mas de relação de consumo intermediária, que não frui de benefícios do CDC”⁴²

No caso em tela se tratava de quantia ligada à atividade produtiva da empresa a aplicação do CDC ficaria distanciada pela inexistência de fragilidade na relação de consumo, constituindo uma hipótese de consumo intermediário.

É perceptível a possibilidade do Tribunal adotar no todo ou em parte as três teorias anteriormente estudadas, quais sejam: maximalista, finalista e finalista aprofundada, porém cumpre destacar a finalista aprofundada, que aparece nos julgados mais recentes do STJ e são utilizadas por parte dos doutrinadores.

O Ministro Mauro Campbell Marques, no julgamento do REsp 913.711, transparece o pensamento do Superior Tribunal de Justiça, que adota a teoria finalista de forma aprofundada.

“No Superior Tribunal de Justiça, notadamente no âmbito da Segunda Seção, prevalece a teoria finalista, mas de forma mitigada, para atender a situações em que há vulnerabilidade do caso concreto. Um Município não é uma finalidade em si. Sua existência se justifica para a satisfação do interesse público e a prestação de serviços à população. A energia adquirida pelo ente público é inserida nessa

⁴² BRASIL, STJ, Quarta Turma. REsp n. 716.386. Ementa: [...] Relator: Min. Aldir Passarinho Júnior. Julgado em 05 ago. 2008, Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 06 out 2013.

cadeia de prestação de serviços públicos. O ente público não é, propriamente, o destinatário final da energia elétrica que ilumina ruas, escolas públicas e postos de saúde. Os consumidores são, na etapa final, os próprios cidadãos. Apenas em casos de vulnerabilidade a teoria finalista poderia ser mitigada para enquadrar o Município no art. 2º do CDC.”⁴³ (grifo nosso)

Ocorre uma flexibilização da aplicação da norma para uma coerente aplicação das normas existentes. Reforça-se que a aquisição deve ser para benefício próprio. Assim sendo, deve almejar a atenção a necessidades próprias, em regra, não admitindo os benefícios a terceiros. A coerência do pensamento é de suma importância, pois tal interpretação possibilita a garantia de benefícios da lei consumerista a pessoas físicas e a pessoas jurídicas que se encaixem no conceito de vulnerabilidade.

Ademais, pela essência da atividade trabalhada pela pessoa jurídica, percebe-se que esta pode ou não usufruir do produto adquirido em seu processo de produção, se enquadrando ou não no conceito de destinatário final por essa simples análise.

Com a interpretação mais restrita e aprofundada efetivada pelo STJ percebe-se uma aplicação hábil dos direitos garantidos aos consumidores, com o uso harmônico das normas existentes. As pessoas jurídicas, quando devidamente enquadradas passam a perceber garantias estatais de proteção dadas anteriormente apenas aos consumidores.

Percebe-se nos julgados apensados a palavra vulnerabilidade de modo constante. Portanto, sua análise para a equiparação da pessoa jurídica a consumidor é de grande valia e vital para o encaixe e aceite da pessoa jurídica como destinatário final de um produto ou serviço.

⁴³ BRASIL, STJ. Segunda Turma. REsp n. 913.711. Ementa: [...] Relator: Mauro Campbell Marques. Julgado em 16 set 2008. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 08 out 2013.

Em uma comparação inevitável das correntes apresentadas tem-se a impressão que a teoria denominada finalista aprofundada é a que mais se adapta a realidade do mercado brasileiro, pois é a que consegue atingir de maneira significativa e esclarecedora as vantagens oriundas da aplicação do CDC em conjunto com outras fontes, como a Carta Magna.

Cabe demonstrar o entendimento do STJ em relação à corrente finalista adotada em alguns casos concretos. O trecho do AgRg 834.673 do relator Ministro Fernando Gonçalves, aduz:

“É pacífico, no âmbito da Segunda Seção desta Corte, o entendimento de que a aquisição de bens ou a utilização de serviços por pessoa natural ou jurídica com escopo de implementar ou incrementar a sua atividade comercial, não se reputa como relação de consumo, mas como uma atividade de consumo intermediária, motivo por que resta afastada a incidência do CDC”.⁴⁴

O agravo fora redigido no ano de 2009, ano o qual, a questão da vulnerabilidade ainda não era destacada nas análises de casos concretos. Com isso, em anos anteriores era verificada a aquisição do produto ou serviço como insumo ou ainda se estava relacionada à natureza da atividade desenvolvida pelo empresário.

Assim, o debate entre finalistas e maximalistas se direciona para uma resposta comum nos dias de hoje: harmonia de normas. Considerando os princípios e garantias fundamentais tão destacados no ordenamento jurídico acabamos por constatar uma necessária atitude por parte dos doutrinadores e legisladores, com enfoque no atendimento de anseios sociais e aumento da segurança jurídica.

Em caso complexo, nada mais justo, que adotar um trabalho diferenciado, o qual venha a considerar diferentes aspectos e hipóteses de soluções do problema. Como dito no início do item é compreensível a existência de oscilações entre

⁴⁴ BRASIL, STJ. Quarta Turma, AgRg n. 834.673. Ementa: [...] Relator: Ministro Fernando Gonçalves. Julgado em 17 fev. 2009. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 08 out 2013.

decisões, porém a análise particular de cada caso protegera de forma mais justa a relação de consumo.

Leonardo Roscoe Bessa, aduz:

“Na discussão relativa às situações fáticas que ensejam a aplicação do CDC, é fundamental perceber que a incidência do diploma de proteção ao consumidor a determinado suporte fático não afasta, além de perspectiva constitucional, análise simultânea e harmoniosa com outras fontes legais.”⁴⁵

Atendendo a variedade de relações fáticas e a necessidade de proteção dos mais frágeis faz-se necessário o diálogo de fontes. Como percebido na transcrição acima a Constituição tem papel fundamental de conferir uma racionalidade a interpretação conjunta do ordenamento.

Pietro Perlingieri, enfoca:

“numerosas leis especiais têm disciplinado, embora de modo fragmentado e por vezes incoerente, setores relevantes. A perda de centralidade do Código Civil no séc. XX transfere o papel unificador do sistema para a Constituição, a qual passa a estabelecer um desenho global para unir as mais variadas fontes legais.”⁴⁶

Para atender aos anseios sociais é importante uma convivência de distintos diplomas. Em consideração a complexidade do ordenamento, nada mais justo que analisar da melhor forma os diplomas legais e assim promover uma maior solidariedade da lei.

⁴⁵ BESSA, Leonardo Roscoe. *Relação de Consumo e Aplicação do Código de Defesa do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo: *Revistas dos Tribunais*, 2009, v.39. p. 101.

⁴⁶ PERLINGIERI, Pietro. *Perfil do Direito Civil: Introdução ao direito civil constitucional*. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2002. p. 4.

4 A PESSOA JURÍDICA E O FINALISMO

Conforme destacado em itens anteriores percebem-se três correntes basilares na legislação consumerista do Brasil. A corrente maximalista, com uma visão objetiva da definição de consumidor, a qual almeja uma extensão do enquadramento do consumidor e uma regulação através da aplicação ampla de uma legislação especial.

De outra forma tem-se a corrente finalista, que busca um entendimento subjetivo do tema, o que acaba por trabalhar o conceito econômico de consumidor, e assim, restringir o enquadramento na definição de consumidor facilitando a análise e o encaixe da pessoa jurídica no conceito de consumidor.

A corrente finalista aprofundada com uma descrição mais atual da realidade traz um estudo conjunto de normas unindo legislação especial e princípios constitucionais em suas decisões.

Sem o estudo conjunto dos princípios e das definições legais existentes fica complexo o enquadramento de pessoas jurídicas, ou até mesmo, de pessoas físicas que se demonstrem em situação de vulnerabilidade nas relações de consumo.

4.1 Esclarecimentos sobre a Pessoa Jurídica

A pessoa jurídica surge em nosso ordenamento em decorrência da necessidade de satisfação de objetivos e anseios sociais, no qual, se é atribuída personalidade própria de pessoa humana a entes que não as teria originalmente.

Sem a organização produtiva de tais entes muitas necessidades deixariam de ser obtidas, visto que, individualmente o ser humano detém limitações e incapacidade produtiva e tecnológica para obtenção de seus objetivos.

Explica Sílvio Rodrigues:

“A pessoa jurídica surge para suprir a própria deficiência humana. Frequentemente o homem não encontra em si forças e recursos necessários para uma empresa de maior vulto, de

sorte que procura, estabelecendo sociedade com outros homens, constituir um organismo capaz de alcançar o fim almejado".⁴⁷

Deve-se então vislumbrar ainda o surgimento conjunto de outros entes coletivos, como, por exemplo, o Estado para a garantia de direitos e a cobrança de atitudes esperadas pela sociedade. Portanto, é cabível o entendimento que o Direito passou a considerar e incluir estas também como pessoas jurídicas.

O art. 22 do CDC, reza:

“Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos. (grifo nosso)

Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados na forma prevista neste Código.”

Considerando as idéias doutrinárias demonstradas, a pessoa jurídica não pode ser entendida apenas pelos entes individuais que a compõe e por suas missões individuais, pois são dotadas de direitos e assim de distintas obrigações para com seus consumidores, conforme percebido com a transcrição do texto legal.

Caio Mário da Silva, cita:

”Assim sendo, é necessário a manutenção de uma personalidade própria para a pessoa jurídica o que garante direitos empresariais e a devida resposta em nome próprio e vem por ratificar a importância de uma análise individualizada. Ademais, como visto anteriormente, não basta à simples reunião de indivíduos para que nasça a personalidade jurídica

⁴⁷ RODRIGUES, Sílvio. *Direito Civil*. São Paulo: Saraiva, 1994. p. 64.

destes grupos. Faz-se necessário estabelecer uma vinculação jurídica específica, a fim de criar uma unidade orgânica”.⁴⁸

Agora, a simples união de tarefas e pensamentos humanos não define a pessoa jurídica. Para o surgimento da pessoa jurídica e de sua personalidade deve haver um foco comum entre os partícipes, que devidamente direcionado se obtenha uma satisfação pretendida.

Devem-se verificar todos os requisitos, quais sejam as condições legais necessárias para a constituição e criação da pessoa jurídica. Desse modo, para a formalização da condição de pessoa jurídica são verificadas as condições dos grupos de indivíduos, bem como dá licitude do produto a ser desenvolvido pela organização.

O CC prevê duas modalidades de pessoas jurídicas, sendo conceituadas, como: de direito público interno e externo. Os Artigos 41 e 42, do CC trazem:

“Art.41. São pessoas jurídicas de direito público interno:

- I - a União;
- II - os Estados, o Distrito Federal e os Territórios;
- III - os Municípios;
- IV - as autarquias, inclusive as associações públicas;
- V - as demais entidades de caráter público criadas por lei.

Parágrafo único. Salvo disposição em contrário, as pessoas jurídicas de direito público, a que se tenha dado estrutura de direito privado, regem-se, no que couber, quanto ao seu funcionamento, pelas normas deste Código.

Art.42. São pessoas jurídicas de direito público externo os Estados estrangeiros e todas as pessoas que forem regidas pelo direito internacional público”.

Percebem-se diversos entes possuidores de personalidade jurídica, podendo ser União, Estado, Municípios, ou até mesmo fundações e organizações

⁴⁸ PEREIRA, Caio Mário da Silva. *Instituições de Direito Civil*. 20ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004. p. 298.

religiosas. Entes estes que participaram das relações de consumo e assim terão responsabilidade jurídica sobre seus feitos

Para Sílvio Rodrigues:

“as entidades a que a lei empresta personalidade, isto é, são seres que atuam na vida jurídica, com personalidade diversa da dos indivíduos que a compõem, capazes de serem sujeitos de direitos e obrigações na ordem civil”.⁴⁹

A lei prevê ainda o registro para atribuição da personalidade jurídica, conforme esclarece o artigo 45 do CC.

“Art. 45. Começa a existência legal das pessoas jurídicas de direito privado com a inscrição do ato constitutivo no respectivo registro, precedida, quando necessário, de autorização ou aprovação do Poder Executivo, averbando-se no registro todas as alterações por que passar o ato constitutivo.

Parágrafo único. Decai em três anos o direito de anular a constituição das pessoas jurídicas de direito privado, por defeito do ato respectivo, contado o prazo da publicação de sua inscrição no registro”.

Assim sendo, antes da concepção da pessoa jurídica devem ser cumpridos distintos requisitos, quais sejam: registro, aprovação ou autorização de um órgão do Executivo para abertura da pessoa jurídica.

Para a empresa ter acesso a qualquer garantia deve obviamente cumprir com seus deveres e assim poderá galgar garantias protecionistas percebidas pelo Estado aos mais frágeis e vulneráveis nas relações jurídicas.

Ademais, para o uma futura percepção no conceito de consumidor as pessoas jurídicas devem ser determináveis e assim ser passíveis de análise e responsabilização por parte da máquina estatal. Seus procedimentos na relação de

⁴⁹ RODRIGUES, Sílvio. *Direito Civil*. São Paulo: Saraiva, 1994. p. 64.

mercado devem permear os anseios sociais e estar em consonância com os atos constitutivos propostos por seus idealizadores.

Com isso, não é fácil perceber a vulnerabilidade entre pessoas jurídicas, pois é necessário o cumprimento de diversos requisitos legais previstos em nossa legislação com distintos aspectos do ordenamento brasileiro.

Observa-se que o atendimento dos requisitos elencados no CDC não garante acesso ao conceito de consumidor e a percepção de uma pessoa jurídica como vulnerável e dotada de amplos direitos previstos em legislação especial.

Para uma ideal comprovação de fragilidade e com a simples finalidade de proteção do menos favorecido na relação de mercado busca-se a redução das distancias e diferenças atendendo a princípios constitucionais e evolução econômica justa do mercado de consumo.

Sem o devido aceite e atenção aos requisitos pode ocorrer uma proteção errônea a uma pessoa jurídica e o privilégio Estatal a quem dele não necessite o qual cometerá abusos e se beneficiará de uma análise mau feita pelo legislador ou pelo aplicador do direito.

4.2 A Interpretação do Finalismo Aprofundado

O finalismo aprofundado é a teoria que melhor interpreta o ordenamento jurídico e busca garantir os benéficos do CDC em conjunto com outras normas existentes. Sua interpretação minuciosa e o estudo do caso concreto permitem uma aplicação adequada do ordenamento jurídico e a proteção da empresa mais frágil na relação de mercado.

O STJ tem utilizado a interpretação dada pela teoria finalista aprofundada, com um entendimento mais maduro e aprofundado do art 2º do CDC. Logo, tal tribunal tem acompanhado a idéia de diversos doutrinadores finalistas como se percebe no julgado a seguir:

“A existência de certo abrandamento na interpretação finalista, na medida em que se admite, excepcionalmente e

desde que demonstrada in concreto à vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, a aplicação das normas do Código de Defesa do Consumidor a determinados consumidores profissionais, como pequenas empresas e profissionais liberais. Quer dizer, não se deixa de perquirir acerca do uso, profissional ou não, do bem ou serviço; apenas, como exceção, e à vista da hipossuficiência concreta de determinado adquirente ou utente, não obstante seja um profissional, passa-se a considerá-lo consumidor”.⁵⁰

Há consumidores profissionais e é obvio que o Direito não pode se eximir de garantir os seus direitos, mesmo sendo dotados de capacidade econômica. A manutenção correta de um negócio jurídico permite, por exemplo, que uma empresa mais frágil não tenha prejuízos devido a sua ineficiência técnica e capacidade intelectual, mas também permite que grandes empresas detenham essa mesma proteção, caso seja comprovada a situação de vulnerabilidade.

Tal enquadramento excepcional pugna por um equilíbrio dentro das relações de consumo diversas vezes elencado em nosso ordenamento jurídico, o que garante uma obtenção mais equânime dos anseios sociais, sem o prejuízo de um ente mais frágil e assim um trabalho mais atual com a análise correta efetivada pelos magistrados.

Em caso de manifesta vulnerabilidade existe a possibilidade de usufruto geral da teoria finalista aprofundada. Logo, transmite-se uma preocupação se o ente é ou não pessoa jurídica destinatária final de produtos ou serviços.

A análise segundo a corrente do finalismo aprofundado, sugerida pela doutrinadora Claudia Lima Marques, consegue verificar e explicar casos complexos. Com o uso dessa corrente, nos parece mais pertinente e correta a explicações de relações jurídicas complexas.

⁵⁰ BRASIL, STJ. Quarta Turma. REsp n. 661.145. Ementa: [...] Relator: Ministro Jorge Scartezzini. Julgado em 22 fev. 2005. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 01 nov. 2013.

Resta nítida a pretensão dos empresários mais frágeis e mostra-se evidente a necessidade de amparo a estes nas relações com empresas mais capacitadas, ou seja, em casos específicos. É claro que se devem observar os requisitos de enquadramento e a manutenção de um equilíbrio nas relações de mercado, evitando assim, proteção desnecessária por parte do Estado.

Com o pensamento da corrente finalista aprofundada ter-se-á condição de atendimento do texto descrito do CDC, e assim, a garantia de um direito protecionista do empresário mais frágil seja este dotado ou não de capital econômico para o feito.

4.3 Pessoa jurídica como consumidora – exemplificação

Como fora percebido com a análise do tema proposto. São distintas interpretações com esteio em bases razoáveis e adaptadas a sociedade em dado momento. Cumpre destacar que uma interpretação coerente do ordenamento jurídico pugna pela devida cautela na análise do caso concreto e responsabilização a quem utiliza a Lei de forma indevida.

Segundo as idéias de Maria Helena Pessoa Pimentel, há casos práticos, no quais se poderia aplicar o CDC aos contratos administrativos.

Assim, segundo a autora, temos:

“Aplicando-se o CDC aos contratos administrativos, a Administração poderia pleitear ao juiz o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da proposta apresentada no procedimento licitatório, através de tutela específica, ou requerer providências que assegurem o resultado prático equivalente ao adimplemento, como prevêm os artigos 35 e 84, ao invés de circunscrever sua indenização a perdas e danos”.⁵¹

⁵¹ PIMENTEL, Maria Helena Pessoa. A Administração Pública como Consumidora nas Relações de Consumo, *in Revista de Direito Administrativo*, abril/2001.

Segundo as idéias da autora conseguimos perceber uma possibilidade de tutela específica também para os entes da administração pública, pois a aplicação de legislação especial cabe a todos aqueles que comprovarem a fragilidade na relação jurídica.

Tendo o texto acima como referência é razoável a percepção da necessidade de análises fáticas e circunstanciais. Assim, depois de todo o trabalho destacado percebe-se possível essa conceitualização e enquadramento da pessoa jurídica como consumidora, mesmo esta sendo de direito público.

Assim, tendo como esteio a corrente finalista aprofundada, temos um razoável entendimento que seja de responsabilidade do fornecedor a comercialização de produtos de qualidade com propagandas razoáveis cabendo benefícios do CDC, a essa tutela específica está garantida aqueles que cumpram os seus deveres de forma idônea.

Por exemplo, caso o fornecedor de alimentos do restaurante de um ente público disponibilize comida fora da validade, ou sem o devido acondicionamento, este poderá recorrer ao CDC para a manutenção de seus direitos, e assim, ser enquadrado como consumidor em relação ao fornecedor de alimentos e pleitear todos os direitos da legislação especial.

Dado isto, os contratos administrativos elaborados por entes públicos devem estar atrelados a legislação e aos seus requisitos para se tornarem aptos a utilizar a legislação especial nas contratações efetivadas com outras pessoas jurídicas. Fato esse que irá auxiliar na ampla defesa da Administração Pública frente a um fornecedor que descumpra suas obrigações perante o seu consumidor.

Nem sempre o Estado detém aplicação do conceito de consumidor. O REsp 476.428/SC de relatoria da Min. Nancy Andrighi, trouxe:

“Vê-se que o Município não se enquadra perfeitamente no conceito de consumidor e destinatário final. O que enquadra uma pessoa jurídica como consumidora é a utilização de produtos ou serviços em benefício próprio; ou seja, para satisfazer suas necessidades pessoais, sem repassá-los a

terceiros ou empregá-los na geração de outros bens ou serviços. Um Município não é uma finalidade em si. Sua existência se justifica para a satisfação do interesse público e a prestação de serviços a população”.⁵²

Desta feita, fica comprovado que o ente público não era o destinatário final da relação jurídica. Os consumidores, reais custeadores da energia gerada têm direito a possível garantia do CDC. São estes com o pagamento de suas obrigações que arcam com os custos de inclusão e manutenção dos serviços prestados pelos municípios, logo estes devem ser protegidos em legislação.

4.4 Relevância da análise dos fatos

Assim, é reconhecida, com a criação do CDC, a tutela especial aos mais diversos consumidores cabendo ao legislador e aos aplicadores do direito a ideal análise e responsabilidade de enquadramento do consumidor.

O CDC em seu art. 2º equipara o consumidor a uma coletividade de pessoas, mesmo que estas não sejam determináveis, desde que intervenham nas relações de consumo.

Alguns direitos estão previstos em diversas partes da legislação, por exemplo, a atuação excessiva do fornecedor pode ser punida através da coibição de técnicas de vendas abusivas. Ou seja, as atividades não importam para o encaixe conceitual, mas sim a relação de vulnerabilidade e a redução das desigualdades das partes atendendo a anseios sociais.

Logo, é válida a indenização por produtos que não possuam a qualidade especificada pelo fabricante. Podemos então vislumbrar a importância da redução das desigualdades previstas no art. 17 do CDC, que aduz: “Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.”

As complexidades do sistema se apresentam de tal forma que nem mesmo se precisa ser consumidor direto. Através de uma equiparação com o

⁵² BRASIL, STJ. Terceira Turma. REsp n. 476.428. Ementa: [...] Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Julgado em 09 maio. 2005. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 01 nov. 2013.

consumidor há meios de solicitar em esferas jurídicas reparação pelas conseqüências trazidas em abusos e fatalidades oriundas do consumo.

Buscando elucidar o narrado, por exemplo, podemos ter moradores desalojados em decorrência de desabamentos ocorridos em outras propriedades, ou ainda, locador de uma simples vaga de garagem, na qual, o veículo foi furtado. Ademais, todos aqueles, sujeitos indetermináveis expostos de alguma forma podem de alguma forma obter as garantias do CDC, caso se comprove a definição de consumidor.

Cláudia Lima Marques, afirma:

“O art. 29 supera os limites da definição jurídica de consumidor para imprimir uma definição política legislativa. Para harmonizar os interesses presentes no mercado de consumo, para reprimir eficazmente abusos do poder econômico, para proteger os interesses econômicos dos consumidores-finais, o legislador colocou um poderoso instrumento nas mãos daquelas pessoas expostas às práticas abusivas.”⁵³

Se devidamente utilizado, o CDC passa a ser um poderoso instrumento de obtenção de direitos. Cabe aos consumidores se adaptarem aos detalhes situacionais para que recorram ao judiciário de forma mais coerente possível.

⁵³ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. *Revista dos Tribunais*. 6ª ed. São Paulo, 2011. p. 274.

5 CONCLUSÃO

Observa-se ao fim que o CDC foi idealizado e criado após o surgimento das cadeias de produção massificadas oriundas da Revolução Industrial para a proteção e garantia de princípios básicos da Carta Magna de 1988.

A defesa dos consumidores se tornou tão forte no ordenamento jurídico brasileiro que inclusive fora amparada em diferentes aspectos e partes das normas jurídicas brasileiras. A parte mais vulnerável nas relações de consumo foi claramente prejudicada e não possuía meios para defender seus direitos em igualdades de situações frente ao seu fornecedor.

O CDC se preocupou em apresentar diversos conceitos de consumidor percebidos em diferentes pontos da legislação, para que todos os tipos de consumidores existentes fossem protegidos por este dispositivo legal e os anseios sociais fossem devidamente correspondidos.

A fim de que ocorra a proteção do consumidor é necessária precipuamente a existência de uma relação jurídica de consumo cujo resultado seja a aquisição de um produto ou serviço, entre duas pessoas. De um lado temos o consumidor, que adquire um produto ou serviço em busca da satisfação de suas necessidades. De outra feita temos o fornecedor colocando no mercado produtos ou serviços à disposição de seus clientes.

Pela idéia dos legisladores não há problemas quanto à incidência do CDC para os demais conceitos apresentados, em especial, quando se tratarem de pessoas físicas, pois resta nítido que estes merecem sempre amparo legal das suas garantias constitucionais.

Ademais, a grande questão relativa à incidência da norma de proteção ao consumidor busca uma harmoniosa relação entre pessoas jurídicas fortalecendo a obtenção de direitos com o devido cumprimento dos deveres e requisitos legais trazidos pela lei.

Tal fator deve ser comprovado, pois as pessoas jurídicas devem ser tidas como consumidoras em caráter excepcional. Estas devem atender a uma legislação especial, uma vez que, é complexa a dedução inicial de desigualdade nas relações entre pessoas jurídicas.

As pessoas jurídicas em busca de benefícios previstos pelo CDC devem inicialmente comprovar a relação jurídica e o atendimento dos requisitos apresentados pelo artigo 2º do CDC, bem como de sua fragilidade no caso em análise.

Importante frisar que a vulnerabilidade será apreciada em relação ao caso concreto e não basta apenas o atendimento dos requisitos legais. Tal comprovação é necessária com a finalidade de proteger e garantir direitos da parte que se encontra em condição de inferioridade na relação de consumo.

A vulnerabilidade é presumida. Cabe então destacar as lacunas presentes no ordenamento jurídico e aplicar de maneira coerente o direito. Devem ser afastados da proteção legal os usuários detentores de má fé. Os benefícios previstos pela lei devem atender a quem deles precise por sua fragilidade na relação de consumo reduzindo a desigualdade perante o fornecedor.

Para o usufruto adequado do CDC o produto ou serviço adquirido pela empresa deve ser utilizado por esta como destinatária final. Logo é proibida a aplicação da aquisição na cadeia produtiva, ou seja, com intuito de dinamizar o lucro da empresa.

Em relação às correntes doutrinárias existentes, apresenta-se a *maximalista* com uma idéia abrangente da legislação pugnando por uma regulamentação do mercado. Tal fator amplia a proteção trazida pelo CDC. Dado isto, ocorrem casos de abusos e proteção indevida a pessoas físicas e jurídicas. Com uso da má fé na relação de consumo uma das partes pode ser beneficiada erroneamente.

A corrente finalista restringe a interpretação da legislação, ou seja, dificulta a inclusão das pessoas jurídicas na relação de consumo. Assim, temos

contradição com o art. 2º do CDC que prevê a inclusão da pessoa jurídica nos benefícios de tutela especial dados ao consumidor.

A corrente finalista aprofundada apresenta uma interpretação mais madura e atual. Essa teoria possibilita a atuação conjunta da lei de proteção do consumidor e dos demais ordenamentos jurídicos previstos no ordenamento jurídico. Ademais, as pessoas jurídicas têm obrigação de se habilitarem frente aos requisitos elencados pela legislação.

Os operadores do direito devem buscar a harmonização de normas tão comumente presentes em decisões dos tribunais. Não só o CDC, mas o ordenamento jurídico como um todo deve ser considerado para a análise de casos complexos que envolvam situações de difícil solução e assim será possível obter decisões mais coerentes e que atendam os anseios sociais.

Enfim, conclui-se que para solucionar de modo coerente o problema do enquadramento da pessoa jurídica dentro no conceito de consumidor e a qualificação de sua vulnerabilidade devemos considerar a multiplicidade de conhecimentos existentes. Os aplicadores do direito devem pugnar pela harmonia da legislação especial com os princípios estabelecidos pela Constituição da República. Tal fato é fundamental para que a pessoa jurídica tenha garantido o usufruto dos benefícios legais propostos e a redução de sua fragilidade na relação de consumo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. *A Proteção Jurídica do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

ANDRIGHI, Fátima Nancy. O Conceito de Consumidor Direto e a Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, *Revista de Direito Renovar*, Rio de Janeiro, v. 2, n.29, p. 21, mai. 2004.

BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

BENJAMIN, Antônio Herman de V.; Apresentação ao livro de Paulo Valério Moraes. *Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 2. ed. Porto Alegre: Síntese, 2001.

BENJAMIM, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 2. ed. atualizada, São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

BESSA, Leonardo Roscoe. *Relação de Consumo e Aplicação do Código de Defesa do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2009.

BOURGOIGNIE, Thierry. O Conceito Jurídico de Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro, v. 2, mar 1992.

BRASIL, Constituição Federal (1988). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 28 ago. 2013.

_____, Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 28 ago.2013.

_____, Lei nº 10.406, de 10 de Janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 01 nov. 2013.

_____, Ação Direta de Inconstitucionalidade n. 2.591. Relator: [...] Ministro Carlos Velloso. Julgado em 13 abr. 2007. Disponível em: < <http://www.stf.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 24 set.2013.

_____, Terceira Turma, AgRg n. 834.673. Ementa: [...] Relator: Ministro Fernando Gonçalves. Julgado em 17 fev. 2009. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 08 out.2013.

_____, BRASIL, STJ. Terceira Turma. REsp n. 476.428. Ementa: [...] Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Julgado em 09 maio. 2005. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 01 nov. 2013.

_____, STJ. Quarta Turma. REsp n. 661.145. Ementa: [...] Relator: Ministro Jorge Scartezzini. Julgado em 22 fev. 2005. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 01 nov. 2013.

_____, STJ. Quarta Turma. REsp n. 716.386. Ementa: [...] Relator: Ministro Aldir Passarinho Junior. Julgado em 05 ago 2008. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 08 out.2013.

_____, STJ. Segunda Turma. REsp n. 913.711. Ementa: [...] Relator: Ministro Mauro Campbell Marques. Julgado em 16 set 2008. Disponível em: <http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia>. Acesso em: 08 out.2013.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de Direito do Consumidor*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

COELHO, Fábio Ulhôa. A Compra e Venda: os Empresários e o Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 3, n. 9, p. 36, dez. 1991.

COMPARATO, Fábio Konder. A Proteção do Consumidor: importante capítulo do direito econômico. *Revista de Direito mercantil industrial, econômico e financeiro*. São Paulo, v.13, n.15 e 16, fev. 1974.

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

GAGLIANO, Pablo Stolze; PAMPLONA FILHO, Rodolfo. *Novo Curso de Direito Civil*, 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do Consumidor*. 5 ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2009.

MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. *Revista dos Tribunais*. 6 ed. São Paulo, 2011.

MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 2 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007.

MIRAGEM, Bruno. *Direito do Consumidor*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *O Código de Defesa do Consumidor*. 2 ed. São Paulo: Revista do Tribunais, 2002.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 2 ed. Porto Alegre: Síntese, 2001.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

PIMENTEL, Maria Helena Pessoa. A Administração Pública como Consumidora nas Relações de Consumo, *Revista de Direito Administrativo*, abril/2001.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. *Instituições de Direito Civil*. 20 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. *Responsabilidade Civil por Danos ao Consumidor Causados por Defeitos dos Produtos: a teoria da ação social e o direito do consumidor*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003.

PERLINGIERI, Pietro. *Perfis do Direito Civil: Introdução ao direito civil constitucional*. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

RODRIGUES, Sílvio. *Direito Civil*. São Paulo: Saraiva, 1994.

SIMÕES, Fabiana. *O Conceito de Consumidor, Fornecedor, Relação de Consumo, Produtos, Serviços e Produtos Perigosos*. Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/>. Acesso em: 25 set. 2013.