



ESCOLA DA MAGISTRATURA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

APLICAÇÃO DO CDC EM RELAÇÕES DE CONSUMO INTERMEDIÁRIO

Juliana de Mattos Braga

Rio de Janeiro
2019

JULIANA DE MATTOS BRAGA

APLICAÇÃO DO CDC EM RELAÇÕES DE CONSUMO INTERMEDIÁRIO

Artigo científico apresentado
como exigência de conclusão de Curso de
Pós- Graduação *Lato Sensu* da Escola da
Magistratura do Estado do Rio de Janeiro.
Professores Orientadores:
Mônica C. F. Areal
Néli L.C. Fetzner
Nelson C. Tavares Junior

Rio de Janeiro
2019

APLICAÇÃO DO CDC EM RELAÇÕES DE CONSUMO INTERMEDIÁRIO

Juliana de Mattos Braga

Graduada pela Universidade Moacyr Sreder Bastos. Pós-graduada em Direito Processual Civil pela UFF. Advogada. Juíza Leiga. Pós-graduada em Direito Público e Privado pela Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro

Resumo – O presente estudo objetiva analisar a relação de consumo intermediário como uma forma de introduzir esse tipo de consumidor no anseio da normatização e proteção no Código de Defesa do Consumidor. Foram abordadas as diversas teorias que buscam explicitar o conceito de consumidor, a preocupação com o problema na atualidade já que existem muitos trabalhos informais, fazendo um exame crítico das principais teorias e posicionamento dos doutrinadores e jurisprudência, tecendo considerações e apontando soluções até a concretização jurisdicional pelo Superior Tribunal de Justiça. Foi visto como o poder econômico passou e deve ser exercido segundo uma função social, de serviço à coletividade.

Palavras-chave – Direito do Consumidor. Comerciante informal. Consumidor intermediário.

Sumário – Introdução. 1. O consumidor intermediário: conceito e considerações. 2. Aplicação do direito do consumidor em relações de consumo intermediário. 3. Análise jurisprudencial da Teoria Finalista Mitigada. Conclusão. Referências.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa científica discute a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas relações de consumo, ou seja, quando o consumidor faz parte da cadeia de produção ao adquirir bens ou serviços para insumo. Procura-se demonstrar o conceito de consumidor como destinatário final vem se flexibilizando segundo os tribunais que buscam dar uma conceito mais amplo para equilibrar as relações de consumo não colocando aquele a posição do consumidor em desvantagem perante o fornecedor.

Para tanto, aborda-se as divergências doutrinárias e jurisprudenciais e os aspectos positivos e negativos da interpretação das características da hipossuficiência e vulnerabilidade quando o consumidor não é o destinatário final da cadeia de produção repassando o produto ou revendendo o serviço muitas vezes como uma atividade comercial para sustento próprio, fato este que vem crescendo cada vez mais na nossa sociedade.

O tema não é totalmente pacífico ainda tendo divergências na prática e na interpretação dos juízes pois é cada vez mais difícil saber quando esta presente a vulnerabilidade e hipossuficiência daquele que compra ou adquire para revenda. Assim, para

melhor compreensão do tema, será abordado as características das Teorias que surgem na doutrina e que flexibilizam o conceito de consumidor e como a jurisprudência atualmente trata da questão.

No primeiro capítulo, será exposto o conceito de consumidor que está presente no Código de Defesa do Consumidor e sua mitigação ao chegar ao conceito de consumidor intermediário que é como parte da doutrina e jurisprudência vêm aplicando em cada caso concreto. Será também abordada algumas considerações iniciais sobre o tema para proporcionar ao leitor uma análise crítica e reflexiva da controvérsia.

No segundo capítulo será abordado a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas relações de consumo intermediário demonstrando o conceito literal e teleológico da vulnerabilidade e hipossuficiência, que são as características principais do consumidor no CDC. Será abordado como está surgindo diversos importantes entendimentos jurisprudenciais e doutrinários sobre o tema com o objetivo primordial de equilibrar a relação de consumo e dar transparência como um meio de flexibilização e dinâmica, tudo a partir da análise no caso concreto e a problemática da aplicação do CDC na cadeia de consumo intermediária.

No terceiro e último capítulo será apresentado as novas tendências no conceito de consumidor intermediário e o surgimento e aplicação da Teoria Finalista Mitigada que surgiu na doutrina para mitigar o conceito de consumidor e que atualmente é muito adotada para dirimir controvérsias no âmbito Judiciário. Como será visto, sua aplicação contribuirá e muito para que de fato o consumidor na cadeia produtiva não seja prejudicado em na relação de consumo. Nesse capítulo final serão abordados os problemas que surgem ao aplicar referida teoria e as novas tendências que estão permitindo que esta seja um avanço muito importante já que atualmente surgem muitos vendedores informais. Serão abordados também os meios que seriam as possíveis soluções para aplicação dessa Teoria apresentando a importância, por exemplo, da sua aplicação pacificada no Judiciário já que muitas vezes o consumidor intermediário não é visto como consumidor do CDC e fica prejudicado no aspecto econômico já que adquire produto\serviço como sua atividade profissional informal.

O projeto será tratado qualitativamente pelo levantamento bibliográfico, com a efetivação do estudo através de fontes escritas buscando seus fundamentos em livros, revistas, palestras, estudos publicados, a legislação e outros acontecimentos importantes que relevem o tema.

Busca-se também pelo método hipotético-dedutivo trazer uma análise crítica do tema com base na posição de todos que já se manifestaram sobre este nos espaços virtuais, bem como os entendimentos jurisprudenciais, procurando indicar a forma de sua aplicabilidade nas

demandas em andamento, para sustentar a sua tese.

1. O CONSUMIDOR NO CDC E O CONSUMIDOR INTERMEDIÁRIO: CONCEITO E CONSIDERAÇÕES

No Brasil, sempre houve a preocupação de proteção a parte mais vulnerável na relação consumerista, sendo esta como sendo norteador dos conflitos entre consumidores e fornecedores. Isso explica a necessidade de amparar o consumidor que é a parte mais fraca com a criação de leis próprias, pois as relações de consumo são muito desiguais entre fornecedores ou detentores e os consumidores. Pode-se afirmar que a proteção jurídica do consumidor é um acontecimento bastante recente, se comparada à existência das relações de consumo. Isto porque as relações de consumo possuem natureza comercial e, por esse motivo, sua origem confunde-se com o surgimento da própria prática de comércio. E assim, por ter essa natureza, deve-se levar em consideração a vulnerabilidade de quem compra ou adquire produto para evitar desequilíbrio contratual.

Segundo Alvin¹:

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

O conceito de consumidor está no artigo 2º² do Código de Defesa do Consumidor, segundo o qual consumidor “é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.” Ou seja, a concentração fundamental do conceito repousa sobre a finalidade da aquisição ou da utilização: a destinação final. Assim, segundo o artigo supra mencionado, só existe um consumidor quando do outro lado da efetiva ou potencial relação houver um fornecedor e como objeto existir um produto ou a prestação de um serviço.

Sendo assim, são três elementos que compõem o conceito de consumidor segundo a redação supracitada. O primeiro deles é o subjetivo (pessoa física ou jurídica), o segundo é o objetivo (aquisição ou utilização de produtos ou serviços) e o terceiro e último é o teleológico (a finalidade pretendida com a aquisição de produto ou serviço) caracterizado pela expressão

¹ ALVIN, Arruda. *Código do Consumidor Comentado*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995, p.35.

²BRASIL. *Lei 8078. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 11 de setembro de 1990, p.3.

“destinatário final”.

De acordo com o *caput* do artigo 2º do CDC, a única característica restritiva para se alcançar o conceito de consumidor seria a aquisição ou utilização do bem como destinatário final.

Como o texto legal não responde o que significa destinatário final, a solução é buscar o auxílio da doutrina, para, assim, definir o conceito de consumidor, que assim surge as diversas teorias doutrinárias que serão estudadas no capítulo três do presente artigo. Contudo, pode-se asseverar que o conceito jurídico de consumidor deve ser buscado sob o ponto de vista subjetivo, vale dizer, tendo como referência as qualidades do sujeito ativo da relação de consumo, e não propriamente o ato de consumo assim economicamente considerado.

Porém, com o avanço do mercado de trabalho e a escassez de emprego para todos, as pessoas buscam atualmente adquirir um produto ou serviço para revendê-las, surgindo assim, o consumidor informal intermediário que também precisa de aplicação do Código de Defesa do Consumidor já que muitas vezes nesse tipo de consumo a pessoa é vulnerável e hipossuficiente perante o fornecedor. Destaca-se que não existe um método preciso na legislação, na doutrina e nem na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça sobre isso. Há uma divergência muito grande dentre os doutrinadores e na jurisprudência quando a pessoa jurídica ou física faz o “consumo intermediário”, ou seja, esta na cadeia de consumo para insumo da atividade comercial, que é uma nova tendência na jurisprudência pátria.

Como bem assevera João Batista de Almeida³ define quando a pessoa seja física ou jurídica passa a ser o “consumidor intermediário”:

Pessoa física como destinatário final, é quando, para uso próprio, privado, individual, familiar ou doméstico, e até para terceiros, desde que o repasse não se dê por revenda. Não se incluiu na definição legal, portanto, o intermediário, e aquele que compra com o objetivo de revender após montagem, beneficiamento ou industrialização. A operação de consumo deve encerrar-se no consumidor, que utiliza ou permite que seja utilizado o bem ou serviço adquirido, sem revenda. Ocorrida esta, consumidor será o adquirente da fase seguinte, já que o consumo não teve, até então, destinação final. Existe a possibilidade de concentrarem-se numa mesma pessoa ambas as figuras, quando há em parte consumo intermediário e consumo final.

Pela definição legal de consumidor, basta que ele seja o “destinatário final” dos produtos ou serviços (CDC art. 2º)⁴, incluindo aí não apenas aquilo que é adquirido ou utilizado para o uso pessoal, familiar ou doméstico, mas também o que é adquirido para o

³ ALMEIDA, João Batista de. *A Proteção Jurídica do Consumidor*. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p.. 38 e 40.

⁴ BRASIL, op. cit., nota 2.

desempenho de atividade ou profissão, bastando, para tanto, que não haja a finalidade de revenda. O advogado que adquire livros jurídicos para bem desempenhar sua profissão é, sem dúvida, destinatário final dessa aquisição, e, como tal, consumidor segundo a definição legal. Não há razão plausível para que se distinga o uso privado do profissional; mais importante, no caso, é a ausência de finalidade de intermediação ou revenda.

Na posição contrária ressalta Luiz Gastão Paes de Barros Leães⁵ que leciona que:

Ocorre que, ao lado desse conceito de consumo – consumo final – fala-se também em consumo intermédio, no sentido de utilização dos bens e serviços, por parte das empresas, necessários ao processo de produção industrial. Ou seja, como insumos. Aqui, a par de seu lado positivo, o consumo do bem igualmente revelaria a sua vertente negativa, importando também em sua destruição, já que ele se transforma e se incorpora ao processo produtivo. A rigor, porém, não falar aqui em consumo, no seu sentido técnico. Consumo é o uso imediato e final de bens e serviços, para satisfazer as necessidades de seres humanos livres. Consumo não significa uso de um bem, a menos que seja usado como consumidor final.

Assim sendo, haveria uma conceituação ampla pois incluir-se-ia entre o rol de consumidores todos aqueles que adquirissem bens ou serviços e não apenas aqueles que comprassem para uso próprio- independente de qualquer vínculo contratual oneroso. Ou seja, a finalidade lucrativa não as diferenciaria dos demais consumidores, mantendo assim o requisito da fragilidade que deve ser ínsito ao sujeito ativo da relação de consumo independente da destinação final do serviço ou produto adquirido.

Dessa forma, pode-se afirmar que muitas das vezes o consumidor intermediário é tão vulnerável e hipossuficiente quanto àquele conceituado no artigo 2º do CDC como destinatário final do produto. Deve-se analisar a situação deste na cadeia de consumo e assim aplicar o CDC para salvar guardar seus direitos, pois apesar de não serem destinatários finais, estão em desproporcionalidade na relação, sendo este pessoa jurídica ou pessoa física. Como será visto nos capítulos posteriores diversas Teorias surgiram para tentar flexibilizar o tema e a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça já vêm aplicando o CDC nas relações de consumo intermediário flexibilizando assim o conceito de consumidor na cadeia produtiva o que é de extrema importância para o mundo jurídico.

⁵ LEÃES, Luiz Gastão Paes de Barros. *A responsabilidade do fabricante pelo fato do produto*. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2000, p.. 32 e 34.

2. APLICAÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÕES DE CONSUMO INTERMEDIÁRIO

Muito vêm se discutindo já que cada vez aumenta o número de demandas sobre o consumo intermediário, que é aquele que o consumidor não se enquadra no conceito previsto no artigo 2º do CDC ⁶o qual preceitua que “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.” Nesse sentido, verifica-se que os três elementos que compõem o conceito de consumidor são: o elemento subjetivo (pessoa física ou jurídica), o segundo é o objetivo (aquisição ou utilização de produtos ou serviços) e o terceiro e último é o teleológico (a finalidade pretendida com a aquisição do produto ou serviço) caracterizado pela expressão “destinatário final”.

De acordo com o *caput* do artigo 2º do CDC, a única característica restritiva para se alcançar o conceito de consumidor seria a aquisição ou utilização do bem como destinatário final. Dessa forma, sendo o produto utilizado como matéria prima ou serviço utilizado como parte do processo produtivo, a pessoa jurídica ou micro empreendedor ou qualquer pessoa que compra para revender ou para insumo próprio, não seria considerada consumidora. Mas caso o produto ou o serviço não fossem insumos, ela poderia ser considerada consumidora. Isto porque há uma presunção de que quem adquire para revenda conhece bem o produto ou serviço que está adquirindo, não havendo desequilíbrio na relação contratual.

Outrossim, cada vez mais se observa o aumento do número de demandas daqueles pequenos comércios ou comerciantes ou até mesmo pessoas que adquirem seu próprio negócio mas são vulneráveis perante o fornecedor. Pode-se citar como exemplo a costureira que compra uma máquina de costurar e esta apresenta defeito, o entregador de pizza que adquire maquininhas de cartão de crédito para venda do seu produto e a máquina não é entregue; a vendedora\ consultora de revistas que adquirem o produto para terceiros e estes demoram a chegar na sua residência. Todos esses exemplos são casos do que a jurisprudência e doutrina majoritária vêm admitindo como consumidores, os consumidores intermediários.

Isto porque deve ser considerado a vulnerabilidade dessas pessoas consumidoras, não só decorrente da sua fragilidade financeira, mas a técnica, jurídica ou científica e a fática ou socioeconômica.

Alvin⁷ conceitua esses três tipos de vulnerabilidade para maior compreensão:

⁶ BRASIL. *Lei nº 8.078 de 1990*, de 11 de setembro de 1990. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 11 set. 1990, p. 4.

⁷ ALVIN, op cit., p.35.

A vulnerabilidade técnica seria aquela na qual o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o produto ou o serviço, podendo, portanto mais facilmente iludido no momento da contratação. Já a jurídica seria a própria falta de conhecimentos jurídicos, ou de outros pertinentes à relação, como contabilidade, matemática financeira e economia. A fática é a vulnerabilidade real diante do parceiro contratual, seja em decorrência do grande poderio econômico deste último, seja pela sua posição de monopólio, ou em razão da essencialidade do serviço que presta, impondo, numa relação contratual, uma posição de superioridade.

Pode-se assim dizer que consiste a vulnerabilidade do consumidor a espinha dorsal de toda a atuação protetiva ou protecionista e equilibradora do Estado (no âmbito legislativo, administrativo e judicial), reconhecido expressamente no artigo 4º, I, Lei n.8078\ 90⁸ como um dos princípios da Política Nacional de Relações de Consumo, que se irradia por todo o sistema, deste entendimento não divergem Arnaldo Rizado⁹ e Daniel Sarmento¹⁰, que ao comentarem a legislação consumerista codificada afirmam: “A proteção ao consumidor é um desafio de nossa era e representa, em todo o mundo, um dos temas mais atuais do direito. A sociedade de consumo, ao contrário do que se imagina, não trouxe apenas benefício para os seus atores”, ou seja, para quem compra ou quem revende produtos ou contrata serviços.

Aquele *motoboy* que comprou uma maquininha de cartão de crédito para passar as compras para seus clientes não podem deixar de ser considerado consumidor, apenas por usar o produto para incrementar seu trabalho. Há sem dúvidas, a presença forte da vulnerabilidade e hipossuficiência perante aquele que vendeu e deixar de aplicar o CDC nesses casos seria deixar de possibilitar o alcance dos objetivos da República Federativa do Brasil, entre as quais a construção de uma sociedade livre, justa e solidária, com a redução das desigualdades sociais, qualquer conduta estatal em sentido contrário não pode prevalecer no ordenamento jurídico, pois seriam inconstitucionais por protegerem a parte economicamente mais forte, em total subversão dos valores constitucionais.

Como bem assevera João Batista de Almeida¹¹:

É com os olhos postos nesta vulnerabilidade do consumidor que se funda a nova disciplina jurídica. Que enorme tarefa quando se sabe que esta fragilidade é multifária, decorrendo ora da atuação dos monopólios e oligopólios, ora da carência de informação sobre qualidade, preço, crédito e outras características dos produtos e serviços. Não bastasse tal, o consumidor ainda é cercado por uma publicidade crescente, não estando, ademais, tão organizado quanto os fornecedores.

⁸ BRASIL. op cit., nota 6.

⁹ RIZZARDO, Arnaldo. *O Código de Defesa do Consumidor nos contratos de seguro-saúde e previdência privada*. 3.ed. São Paulo: Ajuris, p.69.

¹⁰ SARMENTO, Daniel. *A ponderação de interesses na Constituição Federal*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2001, p.58 e 59.

¹¹ ALMEIDA, op. cit., p.32 e 40.

Ainda assim, diante desse contexto fático, assevera-se que apesar da doutrina contemporânea como as supracitadas, assim passaram a proteger o consumidor intermediário, há ainda aqueles que enfrentam as problemáticas do assunto, pois para eles, como saber se aquele consumidor é ou não intermediário. Para alguns autores, não tem como aplicar o CDC nesse tipo de relação de consumo, pois muito difícil seria para o aplicador do Direito, definir se quem está comprando por exemplo, é hipossuficiente e vulnerável perante o fornecedor.

Invocando tal posição, Cláudia Lima Marques¹² assinalou que a relação e interdependência existentes entre os distintos elementos da Constituição exigem que se tenha sempre em conta o conjunto em que se situa a norma. E acrescenta:

Todas as normas constitucionais devem ser interpretadas de tal maneira que se evitem contradições com outras normas constitucionais. A única solução do problema coerente com este princípio é a que se encontre em consonância com as decisões básicas da Constituição e evite sua limitação unilateral a aspectos parciais.

Assim, vale dizer, não obstante o aparente conflito entre os princípios, a questão deve ser solucionada a partir da ponderação entre os diversos valores que os informam, levando-se em conta que a defesa do consumidor é considerada direito fundamental (artigo 5,XXXII, da CF), que deve ser observado pelos detentores do poder econômico e preservado inclusive pelo Poder Constituinte derivado reformador (artigo 60, parágrafo quarto,IV, CF)¹³.

Apesar da divergência de posicionamentos, sendo a majoritária a aplicação do CDC ao consumidor intermediário, jurisprudência já admite e se adéqua a primeira posição, o que vem sendo aplicado e muito no âmbito do Judiciário para facilitar a defesa desses consumidores, conforme confirma a jurisprudência:

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL- AÇÃO DE INDENIZAÇÃO- CONSUMIDOR INTERMEDIÁRIO-VULNERABILIDADE-CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR-APLICABILIDADE-MITIGAÇÃO DA TEORIA FINALISTA. Apesar de a doutrina majoritária consagrar o conceito finalista, reconhece a necessidade de sua mitigação para permitir a aplicação da legislação consumerista a determinados consumidores profissionais, desde que demonstrada a sua vulnerabilidade, sendo reconhecida a figura do consumidor intermediário, entendido como tal aquele que adquire o produto ou o serviço para utilizá-lo em sua atividade profissional, e, em tal condição, sendo passível de ser beneficiado com a aplicação do CDC, quando demonstrada sua vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, frente a outra parte.¹⁴

¹² MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995, p.56.

¹³ BRASIL. *Constituição Federal*, de 15 de outubro de 1988. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 03 nov. 2013, p. 45.

¹⁴ BRASIL. Tribunal de Justiça de Minas Gerais. *Apelação cível nº1.0024.09.727646-3/001*. Relator: José de Carvalho Barbosa. Disponível em: <<https://tj-mg.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/569375148/apelacao-civel-ac-10024097276463001-mg/inteiro-teor-569375183?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 30 ago. 2019.

Como se pode inferir, todo o sistema de proteção ao consumidor se funda no reconhecimento da situação fática de sua vulnerabilidade perante o fornecedor de produto e serviços, impondo a atuação protetiva do Estado, que em verdade tem função equilibradora. Este inclusive é o posicionamento do Superior Tribunal de Justiça como será visto no capítulo seguinte.

3. ANÁLISE JURISPRUDENCIAL DA TEORIA FINALISTA MITIGADA

De acordo com o *caput* do artigo 2º CDC¹⁵, a única característica restritiva para se alcançar o conceito de consumidor seria a aquisição ou utilização do bem como destinatário final.

A lei não apresentou o conceito de destinatário final, o que fez surgir na doutrina brasileira consumerista duas correntes sobre o tema: finalista e maximalista.

A doutrina finalista ou subjetiva, parte do conceito econômico de consumidor, ou seja, somente o consumidor que adquire para si ou contrata o serviço para benefício próprio é que merece a especial tutela. Assim, o profissional não seria considerado consumidor.

Para a doutrina finalista, leciona Cláudia Lima Marques¹⁶:

O 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 econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para o uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu. Neste caso não haveria a exigida destinação final do produto ou serviço.

Assim sendo, no sentido amplo, para essa teoria, consumidor designa a pessoa que consome uma coisa e ainda aquele que adquire mercadoria de um comerciante, para seu uso ou consumo, sem intenção de revendê-la. Para a satisfação de necessidades ligadas à sua sobrevivência – biológica, psicológica ou social-, o consumidor adquire ou se utiliza de bens(produtos , na linguagem) ou serviços que, em maior ou menor prazo, acabam sendo destruídos pelo ato de consumo. Para Carlos Alberto Bittar o consumidor pode ser tanto a pessoa física quanto a pessoa jurídica, e bem assim a coletividade de pessoas ainda que indetermináveis, tendo em vista a clareza do artigo 2º do CDC acima mencionado.

¹⁵ BRASIL. op. cit., nota 3.

¹⁶ MARQUES. op. cit. p.3.

O Superior Tribunal de Justiça vinha adotando também esse entendimento:

Tratando-se de financiamento obtido por empresário, destinado precipuamente a incrementar a sua atividade negocial, não se podendo qualificá-lo, portanto, como destinatário final, inexistente é a pretendida relação de consumo. Inaplicável no caso do Código de Defesa do Consumidor (STJ, Resp. 218505/MG, DJ 14/02/2000, Rel. Min. Barros Monteiro. j.16.09.1999)¹⁷.

Dessa forma, sendo o produto utilizado como matéria prima ou o serviço utilizado como parte do processo produtivo, a pessoa jurídica não seria considerada consumidora. Mas, caso o produto ou o serviço não fossem insumos, ela poderia ser considerada consumidora.

Já para a corrente maximalista (ou objetiva), leva em conta o conceito jurídico de consumidor, sendo amplo o CDC, abrangendo maior numero de relações, pelas quais as normas inseridas nesse diploma devem regular a sociedade de consumo como um todo.

Para essa corrente, destinatário final seria somente o destinatário fático, pouco importando a destinação econômica que lhe deva sofrer o bem.

Para Cláudia Lima Marques,¹⁸ os maximalistas “vêm 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 consumo, um código para a sociedade de consumo, o qual institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores ora de consumidores. Essa teria não considera consumidor somente quem adquire o bem ou serviço para uso próprio ou da família, mas sim , aquele que retira do mercado e utiliza, pouco importando a destinação, podendo até mesmo ter intenção de lucro.

Assim é como o Superior Tribunal de Justiça trata do tema¹⁹:

A expressão “ destinatário final”, constante da parte final do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, alcança o produtor agrícola que compra adubo para o preparo do plantio, à medida que o bem adquirido foi utilizado pelo profissional, encerrando-se a cadeia produtiva respectiva, não sendo objeto de transformação ou beneficiamento.

Percebe-se portanto, que são dois os posicionamentos acerca do conceito de consumidor: um mais restrito-doutrina finalista- e outro mais amplo- doutrina maximalista.

Outrossim, o Superior Tribunal de Justiça atualmente passou a considerar consumidor como a parte mais vulnerável da relação contratual, seja ele pessoa jurídica ou física, e vem

¹⁷ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *Resp.nº 218505*. Relator: Ministro Barros Monteiro. Disponível em <<http://www.stf.jus.br/portal/jurisprudencia/listarJurisprudencia.asp?s1=%28hc%2ENUME%2E+OU+hc%2EACMS%2E%29&base=baseAcordaos>>. Acesso em: 17 set. 2019.

¹⁸ MARQUES. op. cit., p.67.

¹⁹ BRASIL. op. cit., nota 17.

adotando a Teoria Finalista Mitigada, considerando consumidor aquela parte mais fraca na relação de compra ou aquisição de bem, seja a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, conforme já apreciado no primeiro capítulo do presente artigo.

A jurisprudência do STJ, ao mesmo tempo que consagra o conceito finalista, reconhece a necessidade de mitigação do critério para atender situações em que a vulnerabilidade se encontra demonstrada no caso concreto. Isso ocorre todavia, porque a relação jurídica qualificada por ser “de consumo” não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica no pólo, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro.

Recentemente, a Segunda Seção do STJ superou discussão acerca do alcance da expressão "destinatário final", constante do art. 2º do CDC, consolidando a teoria subjetiva (ou finalista) como aquela que indica a melhor diretriz para a interpretação do conceito de consumidor.

Segundo a corrente majoritária e assim, a teoria dominante, a aludida expressão deve ser interpretada restritivamente. Com isso, o conceito de consumidor deve ser subjetivo, e entendido como tal aquele que ocupa um nicho específico da estrutura de mercado - o de ultimar a atividade econômica com a retirada de circulação (econômica) do bem ou serviço, a fim de consumi-lo, de forma a suprir uma necessidade ou satisfação eminentemente pessoal.

Para se caracterizar o consumidor, portanto, não basta ser, o adquirente ou utente, destinatário final fático do bem ou serviço: deve ser também o seu destinatário final econômico, isto é, a utilização deve romper a atividade econômica para o atendimento de necessidade privada, pessoal, não podendo ser reutilizado, o bem ou serviço, no processo produtivo, ainda que de forma indireta.

Nesse prisma, a expressão "destinatário final" não compreenderia a pessoa jurídica empresária.

Por outro lado, a jurisprudência atual do STJ, ao mesmo tempo que consagra o conceito finalista, reconhece a necessidade de mitigação do critério para atender situações em que a vulnerabilidade se encontra demonstrada no caso concreto. Isso ocorre, todavia, porque a relação jurídica qualificada por ser "de consumo" não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus pólos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado - consumidor-, e de um fornecedor, de outro. Porque é essência do Código o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado, princípio-motor da política nacional das relações de consumo. Assim é como o STJ vem se posicionando sobre o tema:

Em relação a esse componente informador do subsistema das relações de consumo, inclusive, não se pode olvidar que a vulnerabilidade não se define tão-somente pela capacidade econômica, nível de informação/cultura ou valor do contrato em exame. Todos esses elementos podem estar presentes e o comprador ainda ser vulnerável pela dependência do produto; pela natureza adesiva do contrato imposto; pelo monopólio da produção do bem ou sua qualidade insuperável; pela extremada necessidade do bem ou serviço; pelas exigências da modernidade atinentes à atividade, dentre outros fatores.” (Resp.476424/ SC- Min. Nancy Andrighi, publicado em 09.05.05).²⁰

Assim, restringindo-se o campo de aplicação do Código de Defesa do Consumidor àqueles que necessitam de proteção, ficará assegurado um nível mais alto de proteção para estes, pois a jurisprudência será construída em casos onde o consumidor era realmente a parte mais fraca na relação de consumo, e não sobre casos em que profissionais- consumidores reclamam mais benesse do que o Direito Comercial já lhes concede.

Desta forma pode-se concluir que o critério distintivo entre a relação de consumo e a relação de intermediação comercial seria a indispensabilidade do produto para o processo produtivo. Esta posição defendida pelo STJ bem como doutrinadores como Fábio Ulhoa Coelho²¹ pode ser considerada como a mais coerente com uma interpretação sistemática do Código.

Quando a atividade econômica puder ser desenvolvida sem alterações quantitativas ou qualitativas em seus resultados, apesar da falta de determinado bem ou serviço, a sua aquisição será juridicamente, consumo, e o empresário estará tutelado pelo Código de Defesa do Consumidor.

CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou apresentar de forma didática a temática da proteção do consumidor intermediário nas relações de consumo e a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nesses tipos de relações. Com efeito, não se olvida que com o atual posicionamento do Superior de Tribunal de Justiça ao entender que aquele que compra para insumo também é consumidor, há a aplicação da razoabilidade interna da norma já que diz respeito a existência de uma relação racional e proporcional entre seus motivos, meios e fins.

A grande maioria da população atualmente encontra-se em situação de desemprego e buscam o trabalho informal como um meio de sustento. Assim, adquirem produtos e contratam serviços para seu insumo profissional mas muita das vezes, por serem vulneráveis e

²⁰ BRASIL. op. cit., nota 17.

²¹ COELHO. Fábio Ulhoa. *O empresário e o Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2015. p. 24.

hipossuficientes perante o fornecedor, acabam por se prejudicar tanto financeiramente como materialmente. Antes, como foi apresentado, a concentração fundamental do conceito de consumidor repousava sobre a finalidade da aquisição ou da utilização: a destinação final. Agora, com o posicionamento do Superior Tribunal de Justiça, deve-se de levar em consideração a vulnerabilidade daquele que compra e não se é para seu uso próprio ou para sua família.

No decorrer de todo o trabalho foram apresentadas as divergências do tema já que o tema é polêmico por resistência das empresas fornecedoras que insistem em argumentar que há o equilíbrio contratual de quem adquire para revenda. Mas como foi visto, o consumidor intermediário também necessita de tutela especial. Ao reconhecer que esse tipo de consumidor quando adquire bens e serviços fora de sua especialidade e conhecimento técnico, o faz em condições de fragilidade assemelhadas às do consumidor individual ou familiar, não implica que aquele se confunde com este. Assim é a atividade de transformação, que é própria do consumidor intermediário.

Assim sendo, pode-se concluir que o STJ ao admitir a aplicação do CDC as relações de consumo intermediário, demonstrou muito bem o exame detalhado e profundo da vulnerabilidade pois reconheceu a vulnerabilidade inclusive da pessoa jurídica empresária, em face da suprema necessidade do bem para o exercício da atividade profissional. Houve o reconhecimento de outro tipo de vulnerabilidade: a informacional, destacando a necessidade de informação na sociedade atual. Assim, de modo a compensar este desequilíbrio, deve o fornecedor procurar dar o máximo de informações ao consumidor sobre a relação contratual bem como os produtos e serviços a serem adquiridos, equilibrando assim a cadeia produtiva.

Por fim, destaca-se que a vulnerabilidade seria o marco central para que se aplique o CDC as relações de consumo intermediário, que visaram, principalmente, fortalecer a parte que se encontra em inferioridade, restabelecendo assim o equilíbrio contratual, o que poderá ser averiguado no caso concreto pelo juiz, fazendo com que, mesmo aquele que não preenchesse os requisitos de destinatário final econômico do produto ou serviço possa ser abrangido pela tutela do Código.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. *A proteção Jurídica do Consumidor*. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 38 e 40.

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

BRASIL. *Lei nº 8.078 de 1990*, de 11 de setembro de 1990. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 11 set. 1990, p. 3.

_____. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm>. Acesso em: 18 set. 2019.

_____. Superior Tribunal de Justiça. *Resp.nº 218505*. Relator: Ministro Barros Monteiro. Disponível em <<http://www.stf.jus.br/portal/jurisprudencia/listarJurisprudencia.asp?s1=%28hc%2ENUME%2E+OU+hc%2EACMS%2E%29&base=baseAcordaos>>. Acesso em: 17 set. 2019.

_____. Superior Tribunal de Justiça. *Resp.nº 218505*. Relator: Ministro Carlos Alberto MenezesDireito. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/jurisprudencia/listarJurisprudencia.asp?s1=%28hc%2ENUME%2E+OU+hc%2EACMS%2E%29&base=baseAcordaos>>. Acesso em: 19 set. 2019.

COELHO, Fábio Ulhoa. *O empresário e o Direito do Consumidor*. Rio de Janeiro. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do consumidor*. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. *Código de Defesa do Consumidor Interpretado*. São Paulo: Saraiva, 2013.