

A (IN) APLICABILIDADE DO CDC ÀS RELAÇÕES JURÍDICAS EM QUE MICROEMPRESAS ADQUIREM PRODUTOS OU SERVIÇOS PARA ATIVIDADE PROFISSIONAL

Márcio Alban Salustino

Advogado. Graduado pela Unijorge e Pós-Graduando em Direito Processual Civil pela UFBA.

Resumo: Este trabalho pretende trazer à baila a discussão acerca da aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor às micro e pequenas empresas, avaliando a sua participação ou não como destinatária final de produtos e serviços quando adquirem para desenvolvimento de atividade profissional que visa gerar lucro. De início, é feita uma pequena digressão acerca do espírito do CDC e, ato contínuo, essas pessoas jurídicas são inseridas no contexto jurídico de consumo. O enquadramento destas como consumidoras é debatido por doutrina e jurisprudência, pelo que são expostos os argumentos das correntes divergentes. Conclui-se pela aplicabilidade das normas consumeristas a essas modalidades de empresas ainda que enquanto desenvolvem o ato de consumo para fins profissionais, desde que a vulnerabilidade seja comprovada no caso concreto, traçando-se um paralelo que liga inexoravelmente a vulnerabilidade do consumidor à fragilidade da microempresa. Ao final, avalia-se o impacto da confirmação desse entendimento perante a vida prática do Judiciário atualmente abarrotado. Vislumbram-se consequências significativamente positivas a médio prazo em que pese, inicialmente, a ideia faça parecer inviável tal realidade.

Palavras-Chave: Consumidor. Microempresa. Destinatário final. Finalismo mitigado. Vulnerabilidade.

Introdução

Na presente sociedade civil se observa, cada vez mais, relações jurídicas entre empresas. Sejam elas de grande ou pequeno porte, sempre estão diante de satisfazer suas necessidades profissionais alimentando seus anseios. Produtos e serviços são consumidos diariamente numa rapidez jamais vista em meio às novas oportunidades e interligações entre diversos meios e setores.

Como em qualquer sociedade desigual e complexa, as referidas relações, inevitavelmente, por muitas vezes acabam gerando danos às partes ou até mesmo à terceiros.

O Judiciário, principalmente com o advento da Lei dos Juizados Especiais, encontra-se abarrotado de causas versando sobre querelas entre empresas, independente de seus portes. Essas ações normalmente versam sobre problemas decorrentes de aquisição de serviços e produtos.

ENTRE ASPAS

Nessa seara, estão sobremaneira presentes as microempresas ou firmas individuais. O pequeno empresário costuma adquirir produtos e insumos perante médios e grandes distribuidores porque é vital para a dinamização do seu negócio o consumo de determinados produtos e serviços. Jamais o mesmo poderia sobreviver desprovido de relações comerciais com outros sistemas empresariais. Não há aparato técnico nem suporte financeiro para gerar matéria prima e ao mesmo tempo comercializar os frutos. Portanto, não consegue o microempresário arcar com os serviços de todos os ramos da cadeia produtiva.

Nesse cenário as relações são essenciais e, muitas das vezes, tumultuadas, perante os interesses diversos. Danos e ilícitos ocorrem frequentemente e mal parecem estar inerentes às relações jurídicas, não sendo diferente nesta modalidade de negócio.

De modo exemplificativo inaugural, caso típico da presente relação jurídica ocorre quando um microempresário, dono de seu empreendimento simples, adquire produtos em mãos de um grande distribuidor. O produto recebido chega pronto para incrementar sua atividade negocial e servir de meio para desenvolvimento da finalidade profissional. Pois bem, dessa estrita relação de compra e venda pode surgir inúmeras desavenças, as quais, muitas delas, terão de ser reguladas pelo direito e principalmente pelo Poder Judiciário, enquanto instituição provocada pela ação exercida por um sujeito.

Posto isso, deve o operador do direito tentar chegar à melhor conclusão acerca da natureza jurídica dessa relação estabelecida entre as partes para que sejam identificados com franqueza seus sujeitos e as posições que exercem. Seguindo esse caminho tortuoso, diversos setores da sociedade jurídica laboram aproximados à dúvida de se estar diante de uma relação típica empresarial, comercial ou de uma avença consumerista.

Para se obter qualquer resposta pertinente é preciso dar grande atenção às tendências e os rumos que o tema deve ganhar. Isso porque, o “x” da questão irá interferir em diferentes áreas e a decisão sobre essa problemática certamente embasará as novas tendências do Direito Civil, do Direito Consumerista e mesmo o espírito e interpretação de outras leis já existentes e futuras.

Para se chegar ao ponto fulcral da problemática, faz-se imperativa a busca incessante pela conclusão da exata natureza jurídica das relações jurídicas provadas pelas partes. A discussão não é pacífica. Doutrina, advogados, servidores e magistrados têm interpretado a situação perante diferentes prismas. Encontrar a definição adequada é deveras difícil e abarca peculiaridades em cada caso.

O destrinchamento da controvérsia passa por uma análise de diversos temas, sendo o principal deles, o conceito de “consumidor” perante a ótica de todos os segmentos de operadores do direito e mesmo da sociedade civil. Só partindo dessa premissa, será possível, posteriormente, verificar se as micro e pequenas empresas poderão ser enquadradas nessa definição e, no caso afirmativo, em quais situações.

Releva-se que o alcance da melhor solução, decerto, traz impactos para as micro e pequenas empresas, mas, principalmente, também para o Judiciário, uma vez que inexistem dúvidas que o fato de a pessoa ser enquadrada como consumidora, além de a revestir de uma série de direitos, facilita seu acesso à justiça e à busca da prestação jurisdicional. Diz-se isso, pois muitas das vezes, aquele direito somente nasce caso o sujeito seja tido como consumidor. Não o sendo, não haverá o direito e, via de consequência, não se provocará o Judiciário para obtenção de tal pretensão.

Ao final, importa frisar o impacto que a problemática de direito material pode trazer às instituições judiciárias, seguramente, mais sensível no âmbito dos Juizados, porém refletida também nos Tribunais Ordinários e Superiores.

1. Sistema jurídico de consumo

Com efeito, em primeiro plano, é fundamental ter-se em mente os principais aspectos do sistema jurídico de consumo pátrio. Como é de conhecimento notório, a grande guinada consumerista se deu com o advento da Lei nº 8078/90, comumente chamada de Código de Defesa do Consumidor. Entretanto, muito antes do início da década de 90 já eram visíveis alguns ensaios nesse sentido de pensamento.

De fato, a Constituição Federal de 1988 foi o instrumento vital e coercitivo para criação de um novo microsistema que regule um novo ramo do direito, o direito de um determinado grupo de pessoas que diante do desenvolvimento e das grandes mudanças oriundas da era digital se via em condição desfavorável perante as grandes pessoas jurídicas empresárias, principalmente, quando estabelecida uma relação jurídica entre os entes desse grupo e grandes empresas.

É de grande relevo para a evolução do direito do consumidor a quebra de alguns dogmas e paradigmas criados há séculos. Trata-se da necessidade de não mais privilegiar a absoluta liberdade das partes em contratar. O *pacta sunt servanda* e a máxima da livre vontade deve ser mitigada e o Estado deve passar a interferir em algumas relações para equilibrar o negócio jurídico a fim de que grandes empresas, dotadas de todo poderio econômico e aparato técnico não se aproveitem da fragilidade dos consumidores.

Vale reprimir que antigamente o consumidor era tido como o “rei” do mercado podendo escolher o melhor produto ou serviço. Tinha-se a imagem que era ele quem ditava as regras do mercado e o mesmo girava em função dele. Contudo, essa falácia foi ao longo do tempo sendo desconstituída e chegamos a um estágio em que o consumidor é estritamente dependente dos fornecedores que inclusive se utilizam do marketing e da moda para deixar o consumidor numa posição desenganadamente vulnerável.

Nesse diapasão, com clara vulnerabilidade jamais o consumidor poderia se relacionar de maneira igualitária com os fornecedores, sendo indispensável o papel do direito na proteção e tentativa de equilibrar as partes e evitar abusos.

Destarte, o Código de Consumidor constituiu divisor de águas, consagrando princípios como o da vulnerabilidade, boa fé objetiva, informação e transparência, de modo a conceder algumas prerrogativas ao sujeito ativo de consumo.

2. A microempresa no sistema jurídico de consumo

Feita uma apertada contextualização acerca do sistema brasileiro de consumo, cabe, oportunamente, trazer à baila o segundo aspecto fundamental desse trabalho: as microempresas.

Com efeito, a importância dessa espécie de pessoa jurídica e os seus traços consonantes com o regime consumerista merecem análise acurada. Só assim, posteriormente, será possível enfrentar o tema central desse estudo, concernente à (in) aplicabilidade do CDC às relações jurídicas em que microempresas adquirem produtos para desenvolvimento da sua atividade negocial.

Neste esteio, cumpre dizer que o advento da globalização implicou em diversas mudanças, dentre elas, a diminuição das barreiras ao comércio e formação de blocos econômicos, uso maciço da informação e do conhecimento especializado, terceirização da produção, competição baseada no tempo, complexidade do mercado, formação de grandes grupos econômicos concentrados, dentre outros fatores.

ENTRE ASPAS

Essas inovações acabaram por resultar na redução das oportunidades de empregos nas grandes empresas. Via de consequência, houve uma necessária motivação das pessoas que estão fora do mercado de trabalho a criar seu próprio negócio, estimulando-se assim o crescimento das micro e pequenas empresas.

Nesse diapasão, o interesse pelas microempresas foi ganhando força, traduzindo-se num tipo negocial que se amolda rapidamente às normas de mercado, podendo suprir suas demandas num prazo curto. Vale dizer, ainda, que elas contribuem para diminuição da clandestinidade, informalidade e subemprego tão presentes no nosso país.

Dada a relevância da presente modalidade, o mundo do direito certamente seria seriamente atingido para sua regulamentação. Assim sendo, após muito tempo, o Presidente da República em exercício alhures, Luiz Inácio Lula da Silva, sancionou o Estatuto da microempresa e da empresa de pequeno porte (Lei nº 123/2006) estabelecendo normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

É de se notar que microempresa e empresa de pequeno porte não se confundem. São espécies distintas, muito embora possuam um regime jurídico semelhante. A empresa de pequeno porte possui condições a nível de receita bruta superiores às microempresas. Digamos que na escala de grande, média, pequena e microempresa, a pequena está um degrau acima da micro. Todavia, a distinção é desimportante para análise do tema de fundo.

Em virtude dessa lei, a categoria, doravante tratada como uma só (microempresa), goza de algumas prerrogativas e benefícios que vão desde aspectos tributários até modo diferenciado de acesso à justiça. Com relação a este último, diga-se de passagem, a classe é equiparada à pessoa física e passa a poder propor ações nos Juizados Especiais. Percebe-se, pois que o acesso à justiça foi uma clara preocupação do legislador que inclui um capítulo para tratar expressamente do tema.

Do Acesso aos Juizados Especiais

Art. 74. Aplica-se às microempresas e às empresas de pequeno porte de que trata esta Lei Complementar o disposto no § 1º do art. 8º da Lei nº 9.099, de 26 de setembro de 1995, e no inciso I do caput do art. 6º da Lei nº 10.259, de 12 de julho de 2001, as quais, assim como as pessoas físicas capazes, passam a ser admitidas como proponentes de ação perante o Juizado Especial, excluídos os cessionários de direito de pessoas jurídicas.

É nesse plano, passando a figurar como demandantes em diversas ações perante os Juizados que essas empresas vêm se tornando o centro das atenções e das discussões judiciais.

As microempresas passam a aparecer no pólo ativo de ações judiciais, na maioria das vezes, litigando com empresas de maior porte, numa patente equiparação ao cidadão pessoa física que é personagem mais comum na presente realidade fática. A vulnerabilidade destacada alhures para o consumidor vê-se presente aqui no instituto das microempresas. Não ainda a vulnerabilidade revestida do papel de consumidor que será tratada mais adiante, porém uma hipossuficiência reconhecida que as diferenciam das demais empresas que jamais poderiam, por exemplo, propor ações perante Juizados.

Nesse contexto, as empresas de porte maior, muitas vezes fornecedoras de produtos e serviços, passaram a ter um cuidado redobrado no tratamento aos microempresários. Isso porque a informalidade e a gratuidade previstas no rito sumaríssimo dos JEC tornam esses

órgãos campo extremamente fértil na busca pelo direito, antes tão distante e custoso.

Vale dizer, ainda, que não mais se faz necessário a presença de advogado nos presentes casos. O próprio empresário pode prestar a queixa pertinente e aguardar uma prestação jurisdicional nos termos formulados, desde que respeitado o valor da causa.

Destarte, mostra-se muito mais frequente a necessidade de uma aplicação uniforme do direito para dinamizar e regulamentar as relações em que envolvem as pequenas empresas, principalmente, quando já se está diante de uma demanda judicial.

3. Início da controvérsia acerca do enquadramento da microempresa como consumidora

Na árdua tarefa de encontrar exata ligação e aplicação do CDC às microempresas e vice-versa, é preciso partir da premissa de que o microssistema codificado não especifica a microempresa em qualquer passagem do seu texto. O Código de Defesa do Consumidor não traz qualquer prerrogativa ao consumidor microempresário. O mesmo tem os mesmos direitos e deveres de qualquer outro consumidor.

O que se pretende esclarecer aqui é que do ponto de vista legal positivista, pouco importa o porte da pessoa jurídica. Mais que isso, pouco importa se a pessoa é física ou jurídica. A Lei nº 8078/90 se preocupa tão somente com a figura do consumidor independente de que pessoa esteja nesse papel. Por essa razão, o conceito de consumidor previsto no artigo 2º do diploma será o cerne da discussão e, frise-se, consumidor é um estado, ou seja, não existe uma pessoa considerada consumidora sempre. Ao revés, diferentes pessoas podem se revestir do papel de consumidor de acordo com a relação jurídica desenvolvida.

Isto posto, a questão vislumbra-se madura para passagem à análise mais precisa do tema da (In) aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor às relações jurídicas em que microempresas adquirem produtos para desenvolvimento da sua atividade profissional. O ponto de partida, como não poderia deixar de ser, é o estudo das diferentes posições doutrinárias e jurisprudenciais acerca do conceito de consumidor.

Pois bem, diante de uma relação comercial entre uma microempresa e uma empresa de maior porte, muito provavelmente a primeira adquirirá produtos ou serviços provenientes desta última, ficando obrigada a pagar o valor dos produtos e serviços, o que se faz normalmente mediante pecúnia, dinheiro.

No presente caso, estaríamos diante de uma relação cível comercial ou de uma relação essencialmente consumerista?

O tema é controvertido por demais e a situação fica mais delicada quando num processo judicial o magistrado está diante de um contexto fático e precisa se valer de uma das opções. Isso porque, em que pese os dispositivos tenham muito em comum, o Código de Defesa do Consumidor é extremamente protetivo ao vulnerável da relação, o que não ocorre normalmente no Código Civil onde a capacidade financeira e fática das partes são muitas vezes equiparadas.

Consoante ressaltado alhures, o tema causa embaraço não só para os aplicadores do direito, mas também para os doutrinadores que até então não entraram num consenso.

No âmbito da advocacia, evidentemente, como não poderia deixar de ser, cada um defende determinado ponto de acordo com os interesses de seus clientes. Se o patrono defender a grande empresa certamente pedirá em juízo a Inaplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor. Por outro lado, caso defenda a microempresa requererá, de pronto, a aplicação da

responsabilidade objetiva e outras prerrogativas consagradas no diploma consumerista.

Como se verá mais à frente, a matéria vai muito além da natureza jurídica e implica num estudo aprofundado do espírito dos dois normativos, evidentemente, em plena consonância com a Lei Maior, a Constituição Federal.

3.1. As teorias aplicáveis ao conceito de consumidor

Inicialmente, importa repisar que a discussão em exame gira em torno do conceito de consumidor previsto no artigo 2º do CDC. Com efeito, o texto legal define-o como toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Apesar do conceito parecer claro, a interpretação da expressão “destinatário final” é que definirá quem, de fato, poderá ser considerado consumidor. A extensão restritiva ou expansiva do referido termo é alvo de intensas discussões na doutrina e na jurisprudência.

Cláudia Lima Marques, assim prescreve:

Ser destinatário final é retirar o bem de mercado (ato objetivo), mas, e se o sujeito adquire o bem para utilizá-lo em sua profissão, adquire como profissional (elemento subjetivo), com fim de lucro, também deve ser considerado “destinatário final”? A definição do art. 2º do CDC não responde à pergunta: é necessário interpretar a expressão “destinatário final”(2003, pp. 71)

Assim, na busca da melhor resposta, ao passar dos anos, foram se delineando as duas correntes diametralmente opostas. A primeira delas denominada corrente Objetivista ou Maximalista e a segunda conhecida como Subjetivista ou Finalista. Desde já, como da terminologia se depreende, a primeira corrente tem uma visão mais ampla do conceito de consumidor, ou seja, visa abarcar uma proteção a um número maior de agentes. Por seu turno, a corrente finalista possui entendimento bem mais restrito quanto ao enquadramento de consumidor, com fulcro em proteger apenas aqueles que o espírito do sistema pretende blindar.

Vale dizer, não obstante, que as duas visões são extremamente pertinentes e dispõem de adeptos consagrados e elogiosos. Aqui não se está diante de uma posição esdrúxula em detrimento de um posicionamento óbvio. Ao revés, os argumentos de qualquer das partes podem ser aplicados e fundamentados, inclusive por força de lei.

No Brasil, como se verá adiante, já existe uma posição majoritária. Todavia, o entendimento não é tão pacífico, muitas das vezes variando de acordo com o caso concreto. Entrementes, o que se pretende esclarecer é que o entendimento hoje adotado pelo país não é imutável, devendo os juristas estar sempre atentos às tendências do próprio direito e da sociedade.

Especificamente no campo abordado, a melhor definição do conceito de consumidor encara outra dificuldade, qual seja, a identificação do melhor regime e definição aplicável às microempresas.

3.1.1. Maximalistas

A corrente maximalista dá ao conceito de consumidor um caráter essencialmente objetivo, ou seja, aonde a letra de lei fala “destinatário final” deve ser entendido o destinatário

fático do produto ou serviço. É dizer, aquele que de fato praticou o ato de consumo e recebeu o bem ou serviço utilizando do mesmo com vistas a exaurí-lo ou depreciá-lo de modo a quando adquirido não mais ser reutilizado ou revendido.

A aquisição ou uso de bem ou serviço na condição de destinatário final fático caracteriza a relação de consumo, por força do elemento objetivo, qual seja, o ato de consumo.

É importante que o adquirente seja o último elo da cadeia do ponto de vista fático-objetivo. É um conceito jurídico direto que atenta tão somente à destinação dada à fruição do bem ou serviço adquirido ou utilizado. Essa destinação deve ser final no sentido de consumir ou utilizar de forma a depreciar, invariavelmente, o seu valor como meio de uso ou troca.

Nesse conceito, pouco importa se o que será suprido com a utilização do bem ou serviço será de natureza pessoal ou profissional. Nesse campo um tanto minado, as pessoas jurídicas expressamente protegidas no CDC poderão utilizar o bem profissionalmente, de modo, inclusive, a desenvolver sua atividade negocial, como mecanismo ou insumo necessário a um melhor aprimoramento da atividade lucrativa da empresa.

Nessa linha, aponta Arruda Alvim, em crítica à corrente finalista:

De nossa parte, não podemos concordar com a equiparação que se quer fazer de uso final com uso privado, pois tal equiparação não está autorizada em lei e não cabe ao intérprete restringir onde a norma não o faz. Assim, pode-se afirmar que em inúmeras situações as empresas (de comércio ou de produção) adquirem ou utilizam-se de produtos como 'destinatários finais', quando então, dada a definição deste artigo 2º, recebem plenamente a proteção deste Código, na qualidade de 'consumidor pessoa jurídica'. A empresa que adquire, por exemplo, um veículo para transporte de sua matéria-prima ou de seus funcionários, certamente o faz na qualidade de adquirente e usuário final daquele produto, que não será objeto de transformação, nem tampouco, nesta hipótese, será implementado o veículo no objeto de produção da empresa (aqui 'consumidor pessoa jurídica'). O veículo comprado atinge aí o seu ciclo final, encontrando na empresa o seu destinatário final. (Código do Consumidor Comentado, RT, 2ª Ed., 1995, pp. 22-23)

Em essencial, destinatário final fático do produto seria aquele que o retira do mercado e o utiliza, o consome. Evidentemente, aquele que adquire o produto com intenção de revenda jamais poderá ser considerado destinatário final, uma vez que é mero intermediário da relação jurídica entre fornecedor e consumidor.

Apenas para que não paire qualquer dúvida, no concernente a revenda a doutrina e jurisprudência são pacíficas no sentido de que o Código de Defesa do Consumidor jamais poderá ser aplicado.

Retornando ao ponto, importa exemplificar que, segundo a corrente maximalista, será consumidora a fábrica de toalhas que compra algodão para transformar, a fábrica de celulose que compra carros para o transporte dos visitantes, o hotel que compra um grande televisor para propiciar aos seus hóspedes assistir aos jogos da Copa do Mundo, a *lan-house* que compra computadores para que seus clientes tenham horas de uso, o advogado que compra um computador para o seu escritório, o Estado quando adquire canetas para uso em repartições, a dona de casa que adquire produtos alimentícios para sua família.

ENTRE ASPAS

Como pode ser visto, a doutrina maximalista pressupõe uma ampliação, uma extensão do conceito de consumidor. Ela pretende alcançar o maior número possível de pessoas. O ato de consumo é muitas vezes mais importante do que a própria pessoa que está praticando esse ato.

Em favor desse posicionamento, é preciso salientar que do ponto de vista positivista, a transcrição literal do dispositivo legal realmente não pretende trazer qualquer restrição, muito por isso, é que críticas são tecidas à doutrina finalista uma vez que não está expressa a vontade do legislador em tecer qualquer limitação.

Em precedente do STJ, no Conflito de Competência 41.056 – SP (2003/0227418-6), a Ministra Nancy Andrighi proferiu voto maximalista, em suma, por entender que o intuito de lucro não descaracteriza, por si, a relação de consumo, concluindo que o conceito jurídico (objetivo) de consumidor resulta de uma exegese mais aderente ao comando legal positivado no artigo 2º do CDC.

No caso concreto, foi considerada consumidora uma Farmácia que contratou os serviços VISANET de cartão de crédito para incrementar a sua atividade negocial e propiciar esta forma de pagamento aos seus clientes.

Em resumo, um dos fortes argumentos da corrente maximalista diz respeito ao fato de não restringir aquilo que o legislador de forma expressa optou por não fazê-lo. Com isso, se tem uma ampliação do Código de Defesa do Consumidor, também sob o argumento da evolução, avanço e excelência dessa lei.

Não obstante, conforme já mencionado, a segunda corrente virá com argumentos tão fortes quanto os acima norteados.

3.1.2. Finalistas

Ora, como o tema não é pacífico, evidentemente, existe a outra corrente, aquela que defende a aplicação do Código de Defesa do Consumidor em outros termos, qual seja a corrente subjetiva ou finalista.

Em primeiro plano, é essencial ter em mente que essa é a corrente mais robusta, possuindo inclusive mais adeptos, razão pela qual pode ser chamada de majoritária. A posição finalista tem lastreado o entendimento do STJ, numa de suas derivações, como será exposto no tópico imediatamente posterior.

Diversamente do quanto aduzido pela corrente maximalista, para os finalistas não basta a destinação final fática do produto ou serviço para caracterização do consumidor. Mais que isso, essa doutrina pressupõe a destinação final econômica. Explique-se, o bem adquirido não poderá ser utilizado de modo a dinamizar o processo produtivo, ainda que de forma indireta. Ou seja, não é possível adquirir um bem para utilização profissional, pois o produto seria reconduzido para a obtenção de novos benefícios econômicos e que, cujo custo estaria sendo indexado no preço final do profissional.

A Ministra Nancy Andrighi, hoje componente não só do STJ, mas também do TSE, por sua vez, em que pese filiar-se à doutrina maximalista, no mesmo voto acima mencionado, elenca com propriedade os requisitos da destinação fática e econômica: (i) não detenha a pessoa jurídica adquirente ou utente intuito de lucro, isto é, não exerça atividade econômica, o que ocorre com as associações, fundações, entidades religiosas e partidos políticos; (ii) caso detenha a pessoa jurídica adquirente ou utente intuito de lucro, duas circunstâncias, cumuladamente, devem estar presentes: (a) o produto ou serviço adquirido ou utilizado não

possua qualquer conexão, direta ou indireta, com a atividade econômica desenvolvida, e (b) esteja demonstrada a sua vulnerabilidade ou hipossuficiência (fática, jurídica ou técnica) perante o fornecedor.

Desse conceito, se verifica que a maioria dos exemplos citados acima na orientação maximalista como configuração do consumidor não merece acolhida pelos finalistas. O mero ato de consumo não seria isoladamente hábil para caracterização de uma relação jurídica de consumo. Essa corrente traz um realce muito grande para o agente, a pessoa, aquele que pratica o ato.

Traço típico do entendimento finalista é o caráter restritivo de consumidor. Aqui se pretende delimitar rigidamente quais pessoas serão beneficiadas pelos procedimentos protetivos do CDC. Não é qualquer ato de consumo que caracteriza o consumidor do artigo 2º. Como forte argumento, está o essencial espírito do Código de Defesa do Consumidor, o qual, vem para proteger o vulnerável, aquele que é desprovido de conhecimentos técnicos e jurídicos.

No pensamento finalista, mesmo entre aqueles que entendem ser possível a inclusão de empresas profissionais como “consumidoras” prevalece sempre ressalva de que assim são entendidas aquelas como destinatárias finais dos produtos e serviços que adquirem, e não como insumos necessários ao desempenho de sua atividade lucrativa.

No mesmo sentido, ainda, a lição de Antônio Herman V Benjamin:

“Que a pequena e média empresa, com seus fins lucrativos, também necessitam de tutela especial, tal não se contesta aqui. **Entretanto, reconhecer que a microempresa, quando adquire bens e serviços fora de sua especialidade e conhecimento técnicos, o faz em condições de fragilidade assemelhadas às do consumidor individual ou familiar não implica dizer que aquela se confunde com este. O fim lucrativo os divide.** Do mesmo modo a atividade de transformação que é própria do consumidor (no sentido econômico) intermediário. Além disso, os meios existentes à disposição da pessoa jurídica lucrativa para defender-se mais acentuam a diferença entre esta e o consumidor final, individual ou familiar. Por outro lado, pessoas jurídicas há que podem e devem ser denominadas consumidor, para fins de tutela especial, como, p. ex., as fundações sem fins lucrativos, as associações de interesse público, os hospitais e partidos políticos.” (HERMAN V BENJAMIN, ANTONIO, 2009, 77).

Corroborando esse entendimento, Cláudio Bonatto, em sua obra “Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor” atenta ainda para uma questão relevante: Sendo o Brasil infelizmente marcado pela morosidade na prestação jurisdicional, o entendimento expansionista abarrotaria o nosso Judiciário de causas entre grandes empresas, muitas vezes em condições iguais, na discussão de causas decorrentes de atos de consumo.

Há quem suscite que a inclusão das pessoas jurídicas no CDC foi um equívoco. Assim sendo, já que foram incluídas, devem elas ser consideradas consumidoras apenas quando destinatária final fática e econômica do bem ou serviço. Outrossim, as pessoas jurídicas abarcadas pelo Código, essencialmente, deveriam ser aquelas que não possuem finalidade lucrativa.

Nesse sentido, percebe-se claramente um traço comum entre todos os adeptos da teoria finalista. Há uma clara intenção de restringir ao máximo o conceito de consumidor, de modo a aplicá-lo apenas para aqueles que atendam requisitos tipicamente especiais e incomuns às demais relações de compra e venda.

4. (In) Aplicabilidade do CDC às relações jurídicas em que microempresas adquirem produtos ou serviços para a atividade profissional

Enfim, uma vez trazidos todos os aspectos fundamentais ao deslinde da questão, chega-se ao tempo de buscar a melhor resposta e a solução para a problemática tão controvertida ora em exame.

O Superior Tribunal de Justiça, diante das inúmeras causas girando em torno do tema vem consolidando uma nova posição, uma maneira diferente de enfrentar essas questões.

Não obstante, as críticas contra essa nova postura são duríssimas, o que nos leva também a discutir sob diversos ângulos o posicionamento adotado pelo Tribunal Superior. Posicionamento esse que não tem unanimidade sequer na própria Corte, o que indica que as vias ordinárias ainda não têm uma orientação firme para aplicação nos casos recebidos.

Partindo desse ponto, chegar-se-á à conclusão se o CDC deve ou não ser aplicado às microempresas que adquirem produtos ou serviços para desenvolvimento de atividade lucrativa, negocial, profissional.

4.1. Atual posição adotada pelo Superior Tribunal de Justiça

Uma vez expostas as duas correntes doutrinárias e jurisprudenciais acerca da controversa questão do conceito de consumidor, mormente, acerca do destinatário final, importa trazer à baila o atual posicionamento do Superior Tribunal de Justiça, uma vez que cabe a esta Corte as decisões e definições sobre o tema que possui natureza infraconstitucional.

Ao longo dos anos, o STJ foi sempre se inclinando para a doutrina finalista. Todavia, aos poucos ganharam força também as tendências maximalistas a ponto de praticamente dividir as Turmas da Corte, caracterizando-se duas turmas defensoras da teoria finalista e outras duas com o diploma do posicionamento maximalista. Nos últimos anos, contudo, o entendimento foi sendo pacificado no sentido da aplicação da teoria finalista, a qual passou a ser aplicada vastamente valendo de baliza para os julgadores de instâncias ordinárias.

Novas controvérsias e discussões iam sendo levantadas, no entanto, e a tendência finalista, apesar de não perder sua essência, foi sofrendo alterações e amoldando-se a entendimento inédito. Chegou-se então a denominada Teoria Finalista Mitigada ou Atenuada.

Essa corrente desmembrada continuou a considerar consumidores, essencialmente, os destinatários finais fáticos e econômicos. Contudo, foi aberta uma exceção, qual seja, se no caso concreto o Julgador verificar a tamanha vulnerabilidade do adquirente em comparação ao fornecedor, aquela pessoa, mesmo não sendo destinatário final econômico do bem ou serviço, ou seja, utilizando-o para obtenção de lucro na profissão, será equiparado ao consumidor e poderá se valer dos dizeres do CDC para buscar seu direito, com vistas ao equilíbrio na relação jurídica estabelecida, como preconiza o micro-código.

Trata-se de um avanço que tem no seu espírito os princípios do Código de Defesa do Consumidor. A vulnerabilidade mencionada é carro chefe da defesa do consumidor e a norma programática principiológica ganha tal força a ponto de considerar consumidor, um sujeito que os próprios finalistas entendem não ser consumidor na sua origem e essência, desde que caracterizada *in concreto* a vulnerabilidade fática, técnica ou jurídica.

Muitas pessoas desafeiçoadas com a matéria devem se perguntar como poderia uma empresa ser equiparada ao consumidor, considerando que, via de regra, as pessoas jurídicas

possuem aparato técnico que as diferenciam claramente dos consumidores, principalmente pessoas físicas. Com efeito, a resposta somente poderia se encontrar nas microempresas, alvos do presente estudo. Ora, deveras, as microempresas em certas situações podem tranquilamente ser assemelhadas a consumidores em questão de vulnerabilidade, principalmente, quando estabelecem relações com grandes fornecedores de porte absurdamente desproporcional.

Não obstante, antes de mais nada, com vistas a evitar a precipitação, é preciso trazer duas observações sobre o finalismo mitigado. Primeiro, tal entendimento não implica no fato de que todas as microempresas são equiparadas a consumidores e em qualquer relação se revestirão desse papel. Como dito acima, o Magistrado exercitará seu livre convencimento e sua sensibilidade para avaliar cada caso concreto antes de tomar sua decisão. Em segundo lugar, necessário deixar evidente que tal conceituação não se aplica aos casos de revenda, uma vez que ali o adquirente sequer é destinatário final fático do produto, não passando de mero intermediário.

Retornando ao cerne da questão da teoria finalista mitigada, o STJ ainda foi mais além e preconizou que cabe ao Juiz estabelecer a presunção de vulnerabilidade ou não vulnerabilidade. É dizer, em certos casos, caberá ao fornecedor comprovar que aquele adquirente não é vulnerável, não merecendo a guarida do CDC.

Nos casos das microempresas certamente, no mais das vezes, poderia se aplicar esta presunção em razão de aparentemente parecerem vulneráveis.

Enfim, a nova postura do STJ, malgrado muito elogiada, também não é livre de críticas, mormente pela insegurança jurídica trazida e pela grande flexibilidade do conceito de consumidor que doravante além de sua destinação final estará condicionada a situação fática ou jurídica do agente, o que não está expressamente previsto na lei.

4.2. A aplicabilidade do CDC à microempresa vulnerável como melhor solução

Bom, feitas essas considerações, a matéria parece madura para uma conclusão acerca do tema principal desse trabalho, a (in) aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor às relações jurídicas em que microempresas adquirem produtos para o desenvolvimento de atividades negociais.

Nesse momento é suscitada a questão: como melhor se enquadraria a microempresa diante do conceito de consumidor? É sabido que o código protege pessoas físicas e jurídicas, todavia, se chegou à conclusão também que as pessoas físicas são muito mais facilmente caracterizadas (como consumidoras) que as pessoas jurídicas, as quais, segundo a corrente predominantemente finalista, não poderão utilizar os bens adquiridos como insumo para desenvolvimento da sua atividade negocial, o que reduz bastante o campo de aplicação do CDC.

Ao meu sentir, não obstante se trate de uma pessoa jurídica, poderíamos colocar a microempresa, do ponto de vista fático, bastante alinhada à pessoa física. Daí então, de cara, se contemplaria a proximidade com a presunção de vulnerabilidade.

Com efeito, se do ponto de vista fático a microempresa tende a se aproximar da pessoa física, no aspecto econômico a mesma guarda relações mais íntimas com as demais pessoas jurídicas.

Nessa dupla linha traçada, a microempresa, *a priori*, não seria considerada consumidora quando adquirisse produtos ou serviços para desenvolvimento da atividade negocial, mormente, pela doutrina finalista adotada pelo STJ, a qual, puramente, não distinguiria a microempresa das demais empresas, uma vez que estaria em jogo a destinação final econômica do bem.

ENTRE ASPAS

Entretanto, como já exposto, a teoria finalista evoluiu e passou a ser atenuada justamente com lastro na vulnerabilidade, podendo-se aplicar o conceito de consumidor em casos concretos desde que comprovada essa posição desfavorável. Certamente com essa mudança de entendimento a microempresa vislumbrou um campo extremamente fértil para cada vez mais ser considerada consumidora.

A jurisprudência deu sua resposta ao tema discutido nesse trabalho, ou seja, o questionamento feito na introdução foi gabaritado da seguinte forma: o CDC será aplicado às microempresas que adquirem produtos ou serviços para atividade profissional, desde que, seja comprovada a sua vulnerabilidade técnica, econômica ou jurídica no caso concreto.

Em que pese tal decisão, a sua fundamentação resta ainda um tanto nebulosa e comporta críticas, uma vez que, primeiramente, no direito positivo o legislador não expressa a vontade dessa forma. Vale dizer que, do ponto de vista da letra fria da lei, o critério seria inclusive maximalista, considerando que não houve qualquer restrição ao conceito de consumidor. Em seguida, a doutrina se incumbiu de elencar um caráter econômico finalista ao destinatário final, ou seja, foi além do que está na lei, restringindo tal conceito. Por fim, essa corrente finalista foi se amoldando e sendo mitigada para contemplar exceções à destinação econômica do bem, quando houver patente vulnerabilidade da parte adquirente na relação jurídica estabelecida.

A priori, o meu receio é quanto ao fato de que a norma já está bastante modificada na sua essência. Tudo bem que o conceito do artigo 2º é vago e permite inúmeras interpretações, mas, é um tanto contraditório dois agentes praticarem o mesmo ato na exata identidade, no entanto, acontecer de apenas um deles ser considerado consumidor uma vez que dependerá da comprovação da sua vulnerabilidade no caso concreto. Certamente a insegurança jurídica é iminente.

Feita essa ressalva, em que pese tal crítica não só da minha parte, mas de boa parte da doutrina, confesso que a posição adotada pelo STJ parece-me a mais apropriada e consentânea com o direito consumerista pátrio atualmente vivido.

A vulnerabilidade é o carro chefe do Código de Defesa do Consumidor e, além da destinação final do bem, sem sombra de dúvidas o conceito de consumidor deve estar intimamente ligado com o agente da relação jurídica, com aquela pessoa que está praticando o ato. Não é à toa que temos um sistema de normas denominado Código de Defesa do CONSUMIDOR e não código de consumo. É preciso dar extremo relevo ao partícipe da relação, as vezes, mais importante até do que a essência material daquela relação. O que se pretende dizer é que em algumas situações deve-se ficar mais atento a quem está praticando o ato de consumo do que a qual será a destinação dada a aquele bem ou serviço adquirido.

Nesse sentido, deve ser aplicado o Código de Defesa do Consumidor às microempresas que adquirem produtos ou serviços mesmo que com finalidade profissional, desde que comprovada a vulnerabilidade desta no caso concreto daquela relação jurídica.

Tal conclusão se depreende do espírito expresso na Constituição cidadã de 1988 e do próprio CDC. As normas programáticas ali expressas deixam claro que a lei veio para proteger os mais fracos. O Estado deve intervir para equilibrar relações. A negativa desse sentido seria um retrocesso.

Com efeito, em termos práticos, sem medo de errar, é possível falar que a maioria das microempresas não dispõe de qualquer aparato técnico, fático ou jurídico para competir em condições de igualdade contra grandes fornecedores, ainda mais, perante o regime do Código Civil. É bem verdade que o novo C.C. de 2002 repisou diversos princípios já consagrados no CDC, inclusive de ordem de boa fé e cláusulas abusivas. Outrossim, esse mesmo diploma

preconiza hipóteses de responsabilidade objetiva, dentre as quais destaco as do artigo 927, parágrafo único e do artigo 933 que trata da circulação de produtos no mercado.

Ainda assim, o Código Civil não é apto a dirimir certas relações. Essa lei trata de relação entre pares, entre iguais. No entanto, hodiernamente, é possível ver um grande crescimento no setor de microempresas e as mesmas não têm saúde para litigar em pé de isonomia.

Ora, vejamos uma situação hipotética em que uma microempresa adquira um produto como insumo. Nessa relação, após efetuar o devido pagamento do bem, injustificadamente, a microempresa tem seu nome inserido no SPC ou SERASA. Será que essa pequena empresa terá que comprovar a culpa do fornecedor para obter uma reparação civil?

É surreal tal hipótese, principalmente, porque os fornecedores são *experts* em desvirtuarem sua culpa, alegando, por exemplo, culpa da agência bancária que não repassou o pagamento, dentre outros artifícios que somente seriam rechaçados sob a ótica do CDC.

A situação se agrava na medida em que microempresas são extremamente dependentes dos fornecedores. A sua sobrevivência está diretamente ligada a eles. O monopólio e o domínio dos meios é tão grande a ponto de uma má prestação de serviço implicar na quebra ou em prejuízos irreparáveis à microempresa.

Salvo melhor juízo, o argumento de que a abertura dessa exceção para as microempresas implicará numa grande sobrecarga do Judiciário além de implicar num baque muito grande às grandes empresas fornecedoras, não é nem um pouco convincente. Aliás, se essas empresas já sofrem milhares de ações por todo o país, significa que no mínimo elas praticam o dobro de atos danosos que não ensejam ações judiciais. Portanto, esse processo apenas visa contribuir para o melhoramento na prestação de serviço de modo ao atendimento satisfatório daquilo a que se propõe.

Noutro giro, deixo claro que o meu entendimento de modo algum se coaduna com um pensamento expansionista a fim de considerar consumidor a maior parte de agentes da sociedade. Ao revés, compartilho da posição finalista, todavia, uma vez constatada a vulnerabilidade, ainda mais em se tratando de microempresa, creio que imperiosa se faz a aplicação do CDC mesmo em casos de compra de produtos ou serviços como insumos para desenvolvimento de atividade profissional.

Além disso, sinto que o consumidor não deve ser apenas quem adquire bens ou serviços para uso pessoal, privado, a fim de satisfazer suas necessidades básicas. Se assim fosse, de modo algum as pessoas jurídicas poderiam ser consideradas consumidoras. Definitivamente, não é esse o espírito do Código e essa não foi a intenção do legislador.

José Geraldo Brito Filomeno é cirúrgico ao esclarecer a problemática ora encarada:

É mister acrescentar, ainda nesse passo, que a pedra de toque para que se considere que uma dada relação jurídica é ou não de consumo é a destinação final (de caráter prevalecte) e a vulnerabilidade (de caráter secundário). Sim, pois se não fosse isso, sobretudo diante da vigência do citado Código Civil de 2002, não haveria necessidade de um Código de Defesa do Consumidor, já que a maioria dos princípios por ele elencados pioneiramente em 1990 ali foram oportunamente embutidos. (2007, p.p. 41).

No caso específico em exame, o reconhecimento desses dois requisitos gira em torno do fato de que o contrário, decerto, deixaria as microempresas desamparadas, sem terem a quem recorrer. No nosso país, a vulnerabilidade é intensa nessa classe a ponto de inibir qual-

ENTRE ASPAS

quer possibilidade de um litígio contencioso no Direito Comum Cível.

Noutro bordo, vejo que o Estatuto da Microempresa, Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, parece perfeitamente em sintonia com as disposições do CDC, reconhecendo a hipossuficiência de seus agentes protegidos e visando o equilíbrio de forças. Tanto é verdade que podem as microempresas propor ações nos Juizados Especiais Cíveis, berço de ouro das discussões consumeristas.

Uma vez mais devem ser rechaçadas articulações no sentido de que se estaria utilizando o direito especial para relações gerais que devem ser reguladas pelo Código Civil. Isso porque, o vulnerável é especial e merece uma proteção diferenciada do ordenamento jurídico, inclusive conforme prevê a Constituição Federal. Os desiguais devem ser tratados desigualmente com vistas à isonomia, equidade e equilíbrio.

A Lei nº 8.078/90 tem em sua essência a função social. A norma de ordem pública precisa ser vista com olhos menos privados e autônomos. Em que pese algumas vezes não haver a real destinação final atendida, a norma prestigia a vulnerabilidade e a defesa da parte fraca da relação cuja equiparação ao conceito de consumidor se impõe. Mais do que está ali escrito, a norma tem que ser dirimida de um ponto de vista amplo, assim como, é de bom tom fazer a leitura de qualquer norma de acordo a norma maior, qual seja, a Constituição Federal.

Ademais, muito embora não seja a controvérsia discutida nesse estudo, é preciso começar a pensar numa solução para regulação das relações em que microempresas são tipicamente revendedoras de produtos. Creio que no momento é temerário se admitir a aplicação do CDC nesses casos. Não obstante, o atual ordenamento jurídico não ampara devidamente os danos ocasionados nas relações jurídicas entre fornecedores e intermediários vulneráveis. Deveras, não creio que o caminho se dará a partir de uma nova conceituação de consumidor e aplicação do CDC, entretanto, as microempresas merecem uma maior proteção também nesse campo para não ficar a mercê de atos abusivos dos fornecedores.

5. Conclusão

No início do presente estudo, é inegável que se tinha em mente uma visão tendente à inaplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor às relações jurídicas em que microempresas adquirem produtos ou serviços para desenvolvimento de atividade profissional. Não obstante, a conclusão foi reversa.

Em que pese o alinhamento mais estrito com a doutrina essencialmente finalista, restritiva à conceituação de consumidor, a qual inadmitte a utilização do bem como insumo para desenvolvimento da atividade lucrativa, tenho que rogar vênias a quem dissente e concordar com o atual posicionamento do Superior Tribunal de Justiça.

O estudo aprofundado dos princípios fundamentais e do espírito do Código de Defesa do Consumidor em consonância com a Constituição Federal de 1988 me permite afirmar com convicção que nos casos concretos, quando comprovada a vulnerabilidade seja fática, técnica ou jurídica, as microempresas devem ser protegidas pelo CDC, mesmo que na prática de ato de consumo visando desenvolver atividade profissional.

Essa é uma visão mais social, de espírito aberto que vai de encontro justamente a um entendimento mais técnico e jurídico positivista. Uma vez mais os princípios devem ter força cogente para nortear todas as demais normas de um ordenamento. Este me parece uma caso clássico dessa incidência.

Não se pretende com essa pequena abertura a exceção estender excessivamente o âmbito de aplicação do Código de Defesa do Consumidor a ponto de desvirtuar o sentido da Lei nº 8.078/1990 e transformar num caos o conceito de consumidor em que todos pretendam “puxar para o seu lado” e de algum modo enquadrar-se nesse conceito.

A destinação final do bem ou serviço continuará sendo o principal critério para caracterização do consumidor em si mesmo, mas a vulnerabilidade deverá ser reconhecida e em subsidiariedade, eventualmente, equiparar aquela pessoa frágil ao papel de consumidor.

O CDC é referência em todo o mundo e representa um primoroso avanço no Direito Pátrio. Aplicá-lo de forma dissonante ao seu princípio fundamental que é a vulnerabilidade seria negar vigência a norma e dar um passo para trás. A jurisprudência, a despeito de calorosas discussões dialéticas parece caminhar no sentido correto para a realidade atual, aplicando o entendimento mais social àqueles que necessitam de um amparo diferenciado.

A doutrina tem papel marcante nesse desenvolvimento e o debate é sempre válido para o aprimoramento do melhor entendimento. Outrossim, a sociedade permanentemente mutante deixa claro que não se podem criar dogmas, uma vez que o direito deve estar sempre aberto, se amoldando às necessidades sociais.

O Código de Defesa do Consumidor revolucionou o mundo do direito e continuará sendo indispensável para traçar parâmetros inclusive para o direito comum privado. O reconhecimento da sua aplicabilidade no caso aqui discutido representa mais uma vitória para aqueles mais fracos, hipossuficientes, vulneráveis, os quais necessitam da intervenção do Estado para buscarem espaço no tão concorrido mercado dos tempos atuais.

Por derradeiro, é indubitoso que a conclusão aqui trazida implica em impactos ao Poder Judiciário. Tem-se como certo que inúmeras medidas vêm sendo desenvolvidas, inclusive pelo CNJ, pelo STF e demais Tribunais, na busca do incentivo à composição de modo a se evitar a enxurrada de processos judiciais.

A ampliação no conceito de consumidor aqui disseminada, inevitavelmente, cria uma prerrogativa considerável às microempresas e certamente farão com que as mesmas passem a brigar cada vez mais por seus direitos, inclusive por intermédio da Justiça. O resultado prático trará uma adicional carga de processos ao Poder Judiciário, contudo, a realidade não pode ser encarada com esse pessimismo.

A médio prazo, a pretensão é que os fornecedores venham se adaptando aos ditames legais, passando a prestarem seus serviços em atendimento estrito ao Código de Defesa do Consumidor. Essa mudança parece-me vital para a melhora das relações jurídicas.

O Judiciário é considerado, nos dizeres do ¹Professor Francisco Bertino, em analogia distante, o “hospital” da sociedade, tendo em conta que os agentes somente o procuram quando estão “doentes”, com problemas e conflitos de diferentes ordens. Assim, pois, a conclusão aqui posta referente à aplicabilidade do CDC cairá como uma atitude preventiva. O direito material passa a prevenir os conflitos, dando todas as diretrizes para que os sujeitos se relacionem de maneira saudável, evitando-se a atuação incessante do Judiciário que é acionado, tal como no hospital, quando a situação não mais é de prevenir, mas de remediar.

Para além disso, a solução outra, tocante ao desamparo das microempresas, causará uma injustiça sem tamanho, tornando insustentável a sobrevivência destas. Ora, quem sofre uma injustiça no dia a dia de suas relações continuará procurando a Justiça (através do Judiciário) mesmo que o entendimento firmado seja contrário à sua pretensão.

Referências

BITTAR, Eduardo C.B. *Metodologia da Pesquisa Jurídica: teoria e prática da monografia para os cursos de direito*. São Paulo: Saraiva, 2010.

BRASIL, Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. 30. ed. São Paulo, 2003.

BRASIL. *Código Civil*. 2009 São Paulo, Saraiva, 2002.

BRASIL. *Código de Defesa do Consumidor*, São Paulo: Saraiva, 1995.

HIRONAKA, Giselda Maria Fernandes. *Comentários ao Código Civil – parte especial: da responsabilidade civil*. São Paulo: Saraiva, 2003.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais – 5. ed. ver., atual. e ampl.* – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2003

ALVIM, Arruda, *Código do Consumidor Comentado*, RT, 2ª Ed., 1995.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: arts. 1º a 74: aspectos materiais*. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais.2009.

FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de direitos do consumidor – 9. ed.* – São Paulo: Editora Atlas. 2007

HENTZ, Luis Antonio Soares. *Direito de empresa no código civil de 2002: teoria do direito comercial de acordo com a Lei n. 10.406, de 10.1.2002*, São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2003.

COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito Comercial, vol 1, 6ª ed.*, São Paulo: Saraiva 2002.

NUNES, Luiz Antonio Rizzato: *Curso de Direito do Consumidor. 2.ed.rev.,modif. Esdatural*.São Paulo: Saraiva, 2005.

NERY JUNIOR, Nelson. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do Anteprojeto*, obra coletiva, 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

RODRIGUES, Silvio. *Direito civil: responsabilidade civil. 20. ed., rev. e atual. De acordo com o novo Código, vol. 4*, São Paulo: Saraiva, 2003.

GRINOVER, Ada Pellegrini [et. al.]. *Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto – 9ª ed. rev. atual e ampl.* Rio de Janeiro: Forense Universitário.

MATOS, Cecília. *O Ônus da Prova no Código de Defesa do Consumidor*, Dissertação de Mestrado apresentada à Faculdade de direito da Universidade de São Paulo, sob a orientação do Professor Doutor Kazuo Watanabe, 1993.

MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 3.ed.São Paulo: RT, 1999.

A REVISTA DA UNICORP

BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor: principiologia, conceitos, contratos atuais*. 5. ed. rev. atual. e ampl. Porto Alegre: Livraria do Advogado.

SAAD, Eduardo Gabriel. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 2ª ed., São Paulo: LTR, 1997.

Notas

1. Analogia realizada pelo Professor Francisco Bertino de Carvalho em aula do Curso de Pós-Graduação em Direito Processual Civil da Universidade Federal da Bahia – UFBA