

## O CONCEITO DE CONSUMIDOR PESSOA JURÍDICA NA JURISPRUDÊNCIA DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

Joana Temudo Cianfarani  
Patrícia Helena Marta Martins  
Rodrigo Sales  
Sofia Gavião Kilmar  
Sonia Maria Giannini Marques Döbler  
Vicente Gomes de Oliveira Filho

**Resumo:** O presente artigo tem por objeto a análise da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça ("STJ") acerca da extensão da aplicação do conceito de "consumidor" do Código de Defesa do Consumidor (Lei. 8.078 de 11/09/1990 – "CDC") às pessoas jurídicas ("consumidor pessoa jurídica"). O tema é relevante por conta das importantes implicações que a aplicação do CDC traz às relações e práticas comerciais entre empresas, o que tem causado um número significativo de disputas judiciais e, por seu turno, uma interessante evolução do entendimento do STJ sobre o assunto. Este artigo foi elaborado com base em estudo exauriente da jurisprudência do STJ sobre o conceito de consumidor pessoa jurídica, desde a fundação da Corte Superior em 1988 até maio de 2016.

**Palavras-chave:** consumidor pessoa jurídica; jurisprudência; Superior Tribunal de Justiça.

**Abstract:** This paper aims at the concept of corporate entities as consumers in the case law of the Brazilian Superior Court of Justice ("STJ"). The issue is relevant given the evolution and the current understanding of the STJ about the subject, and also because of the important implications arising from the incidence or non-incidence of the Brazilian Consumer Defense Code in concrete judicial disputes. This paper is grounded on an exhaustive study of the STJ case law about the concept of corporate entities as consumers, since the foundation of the STJ in 1988 up to May 2016.

**Keywords:** *corporate entities as consumers; case law; Brazilian Superior Court of Justice.*

## Introdução

O presente artigo tem por objeto a análise da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça ("STJ") acerca da extensão da aplicação do conceito de "consumidor" do Código de Defesa do Consumidor (Lei. 8.078 de 11/09/1990 – "CDC") às pessoas jurídicas ("consumidor pessoa jurídica"). O tema é relevante por conta das importantes implicações que a aplicação do CDC traz às relações e práticas comerciais entre empresas, o que tem causado um número significativo de disputas judiciais e, por seu turno, uma interessante evolução do entendimento do STJ sobre o assunto. Por seu turno, conforme se verá a seguir, a evolução dos julgados no STJ, a despeito de mais recentemente apontar para uma certo alinhamento da Corte acerca do tema, ainda não produziu um entendimento absoluto a respeito<sup>1</sup>. No entendimento dos autores, essa situação aponta para a necessidade de uniformização da jurisprudência do STJ sobre o tema, cumprindo-se assim a 'função paradigmática' a ser desempenhada pelo tribunal à luz do Novo Código de Processo Civil.

Embora admitido expressamente no artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor<sup>2</sup>, o conceito de consumidor pessoa jurídica enseja debates na doutrina praticamente desde a publicação da lei consumerista acerca da extensão da aplicação desse conceito pretendida pelo legislador. Esse debate acerca da teoria aplicável para fins de qualificação de pessoa jurídica como consumidora é extremamente prolífico entre os juristas nacionais, e conforme será detalhado no Capítulo I adiante, produziu pelo menos duas correntes doutrinárias principais sobre a matéria, normalmente agrupadas como teorias

---

<sup>1</sup> Manifestando-se sobre o tema em artigo recente, o Ministro Humberto Martins, fez as seguintes afirmações:

"Na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, o Direito do Consumidor é uma das mais desafiadoras disciplinas que a Corte debate em seus julgamentos.

Um dos pontos mais complexos da atuação do STJ está na definição do que seja consumidor, o que permite delimitar o âmbito de incidência das normas ao caso concreto. Há diversas acepções de consumidor, com base na legislação e na interpretação doutrinária."

----

"Evidentemente que ainda persistem muitos problemas na delimitação do conceito de consumidor, mesmo na jurisprudência do STJ. A ampliação excessiva desse conceito pode gerar mais efeitos negativos do que vantagens ao próprio consumidor, na medida em que se todos são assim considerados, ao final ninguém o será verdadeiramente."

MARTINS, 2016.

<sup>2</sup>Código de Defesa do Consumidor: "Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final".

Maximalista e/ou Objetiva e Finalista e/ou Subjetiva. Por outro lado, assim como ocorre na doutrina<sup>3</sup>, no âmbito da jurisprudência existe debate importante sobre a teoria aplicável para fins de qualificação de pessoa jurídica como consumidora. De acordo com nossa pesquisa junto aos julgados do STJ, é possível apontar para a consolidação de uma terceira teoria acerca do alcance do artigo 2º do CDC às pessoas jurídicas, a qual passaremos a denominar de teoria Finalista Mitigada e/ou Aprofundada<sup>4</sup>, conforme detalharemos mais adiante.

O Superior Tribunal de Justiça ("STJ") coleciona mais de uma centena de julgados sobre o tema desde a fundação da Corte em 1988<sup>5</sup>, até o ano corrente. No mencionado intervalo de aproximadamente vinte anos, a Corte Superior já registrou pelo menos três mudanças de entendimento sobre o assunto e, ainda assim, nos dias de hoje não se pode dizer que haja posicionamento absoluto do STJ sobre qual teoria incide para fins de qualificação de pessoa jurídica como consumidora.

Como seria de se esperar diante do cenário na Corte Superior de Justiça, a discussão sobre qual teoria incide para fins de qualificação de pessoa jurídica como consumidora reverbera nos Tribunais e em primeira instância. Diante desse panorama e, tendo em vista as relevantes implicações

---

<sup>3</sup>É importante notar que nesse trabalho não pretendemos contribuir diretamente para o excelente debate doutrinário a respeito do assunto, o qual, como atesta a vasta bibliografia anotada ao final de nosso artigo, já possui contribuições mais que suficientes para parametrizar a discussão do ponto de vista doutrinário. Na verdade, o foco de nosso trabalho é, com base no contexto doutrinário existente, analisar a evolução do posicionamento do Superior Tribunal de Justiça a respeito e apontar para a existência das condições para que este tribunalse mobilize no sentido da uniformização de seu entendimento.

<sup>4</sup> A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça já empregou ambos os termos para rotular a mencionada teoria. No RESP nº 1.195.642/RJ, a Ministra Relatora Nancy Andrighi mencionou o termo "*Teoria Finalista Aprofundada*". Já no RESP nº 1.286.807/SC, o Ministro Relator João Otávio de Noronha mencionou o termo "*Teoria Finalista Mitigada*". De igual forma, a doutrina menciona os termos "*Teoria Finalista Aprofundada*" e "*Teoria Finalista Mitigada*" como sinônimos: VASCONCELOS, Fernando. MAIA, Maurilio Casas. A tutela do melhor interesse do vulnerável: uma visão a partir dos julgados relatados pelo Min. Herman Benjamin (STJ). In: Revista de Direito do Consumidor, número 103, janeiro-fevereiro de 2016, páginas 243 a 271.

<sup>5</sup>O Superior Tribunal de Justiça foi criado pela Constituição Federal de 1988 a partir do então existente Tribunal Federal de Recursos (TFR). O STJ foi instalado com sua primeira turma de ministros em 1989. Vide [http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt\\_BR/Institucional/História](http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt_BR/Institucional/História). Acesso em 30/05/2016.

decorrentes da incidência ou não do Código de Defesa do Consumidor nas relações negociais entre empresas e a consequente judicialização de disputas acerca da aplicação de regras e princípios do CDC em certas relações comerciais, o presente artigo partirá de estudo exauriente da jurisprudência do STJ sobre consumidor pessoa jurídica desde 1988 até maio de 2016, para tecer considerações sobre a evolução dos julgados e o corrente posicionamento do STJ sobre o tema. O posicionamento atual do STJ ganha relevância adicional face às disposições do Novo Código de Processo Civil sobre o papel das Cortes Superiores na uniformização de jurisprudência.

Para efeito de contextualização do tema e da evolução dos posicionamentos do STJ, o Capítulo I trará breves apontamentos sobre as principais teorias doutrinárias existentes sobre o conceito de pessoa jurídica consumidora, em interpretação ao disposto no artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor<sup>6</sup>.

Na sequência, o Capítulo II versará sobre a aplicação das ditas teorias pela jurisprudência do STJ – incluindo a identificação da evolução de sua aplicação e o corrente posicionamento do Superior Tribunal de Justiça a respeito.

Ato contínuo, o Capítulo III trará considerações sobre a relevância dos precedentes do Superior Tribunal de Justiça à luz do Novo Código de Processo Civil, para fins de uniformização de jurisprudência.

Complementado o estudo ao seu final apresentamos três anexos que são a base dos dados utilizados para a elaboração desse trabalho, com o objetivo de tornar verificável o conteúdo do presente estudo, como também contribuir com os dados obtidos como ponto de partida inicial aos novos estudos sobre o tema. Os anexos foram assim divididos:

- (i) Anexo I, lista completa dos acórdãos identificados em nossa pesquisa;
- (ii) Anexo II, ementário (“fichamento”) de cada acórdão produzido especialmente para esse trabalho, e
- (iii) Anexo III, bibliografia de trabalhos doutrinários que abordam a questão tratada no presente artigo.

Por fim, este estudo trará reflexões e apontamentos finais na forma de Conclusão.

---

<sup>6</sup> Conforme salientado acima, remetemos o leitor para a bibliografia lista no Anexo III desse trabalho para uma análise aprofundada do debate doutrinário aqui resumido.

## II. Breve exposição doutrinária

Conforme apontado acima, consoante o disposto no artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor (“CDC”),

"consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final".

Esse conceito do artigo 2º *caput* do CDC é normalmente entendido como conceito de consumidor “em sentido estrito” face a outras previsões legais onde certos agentes são “equiparados” aos consumidores para efeito de receber a proteção consumerista estabelecida pelo CDC<sup>7</sup>. No presente trabalho, trataremos apenas da conceituação do consumidor pessoa jurídica decorrente do conceito estrito de consumidor estabelecido pelo *caput* do artigo 2º.

Desde o advento do CDC, e em parte com base em discussões doutrinárias já existentes em outros países anteriormente ao advento da legislação consumerista brasileira,<sup>8</sup> foram desenvolvidas pelos doutrinadores pátrios várias teorias acerca da qualificação do consumidor *strictu sensu*, em particular o consumidor pessoa jurídica<sup>9</sup>. De qualquer forma, a despeito de uma diversidade conceitual inicial, prevaleceu a divisão doutrinária no Brasil de duas grandes teorias acerca do conceito de consumidor em sentido estrito, a saber a Teoria Maximalista (muitas vezes chamada de Objetiva) e , a Teoria Finalista (muitas vezes chamada de Subjetiva). Mais recentemente, vem ganhando força, principalmente por meio da jurisprudência, o desenvolvimento

---

<sup>7</sup>Os chamados “consumidores equiparados” são definidos no CDC por meio do o parágrafo único do artigo 2º (“a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”), do artigo 17 (“as vítimas do dano causado pelo fato do produto e do serviço”) e pelo artigo 29 (“todas as pessoas, determináveis ou não,” expostas às práticas comerciais ou abusivas previstas pelo CDC). Para uma síntese objetiva e clara dessa conceituação, veja Marcos Jorge Catalan e Pablo Malheiros da Cunha Frota, “A pessoa jurídica consumidora duas décadas depois do advento do Código de Defesa do Consumidor”, disponível em: <http://www.marcosehrhardt.adv.br/index.php/artigo/download/16> e também publicado na Revista Brasileira de Direito Civil, Constitucional e Relações de Consumo, volume 1, número 1, janeiro-março de 2009, páginas 145 a 180.

<sup>8</sup> Nesse particular, ver os trabalhosseminais de BOURGOIGNIE, 1992 e MARQUES, 2011.

<sup>9</sup> De acordo com Catalan e Frota, obra citada acima, pelo menos sete teorias foram forjadas pela doutrina e pelo menos uma pela jurisprudência, a saber: (i) mercados, (ii) segmento econômico, (iii) insumo jurídico, (iv) fundo de comércio, (v) maximalista ou objetiva, (vi) finalista ou subjetiva, (vii) finalista aprofundada (ou mitigada, conforme indicamos anteriormente), (viii) causa final e, mais recentemente (ix) conglobante (essa última muitas vezes confundida com a teoria maximalista).

de uma terceira teoria, a Teoria Finalista Mitigada (para alguns autores qualificada como Teoria Finalista Aprofundada), que, ano nosso ver, busca “conciliar”<sup>10</sup> a aplicação dessas duas vertentes teóricas com base em certos critérios de vulnerabilidade do ente figurante no polo consumidor do serviço ou produto objeto da relação jurídica, aplicáveis caso a caso.

Vale lembrar que a definição do alcance da aplicação do conceito de consumidor *strictu sensu* às pessoas jurídicas possui relevância que extrapola em muito o interesse acadêmico ou estritamente doutrinário. Na verdade, ao aplicar-se o CDC a relações negociais entre empresas, o consumidor pessoa jurídica passa a ser sujeito da ampla gama de direitos objetivados pelo CDC no ordenamento jurídico nacional, os quais em muitos casos ampliam em muito a proteção jurídica que a mesma pessoa jurídica faria jus na hipótese do mesmo negócio ser regido apenas pelo regime jurídico civil). Isso porquê o CDC estabeleceu princípios e regras de ampliação da proteção dos consumidores perante os fornecedores de produtos e serviços com base na premissa legal de que aqueles são entes vulneráveis na relação de consumo<sup>11</sup> A partir dessa premissa legal de vulnerabilidade do consumidor, o CDC estabelece uma série de mecanismos visando a equalizar a relação de consumo que incluem, dentre outros, os seguintes: reconhecimento expresso do regime de responsabilidade civil objetiva e solidária por danos causados aos consumidores (artigos 12, 14, 17 e 25 parágrafo 2º do CDC), regras e prazos específicos para o saneamento ou substituição de produtos e serviços defeituosos (artigos 18 a 25 do CDC), facilitação da defesa do consumidor em juízo, incluindo a possibilidade de inversão do ônus da prova em certas circunstâncias (artigo 6º, inciso VIII do CDC), proteção contra práticas comerciais e contratuais consideradas abusivas, inclusive com tipologia de cláusulas consideradas nulas de pleno direito e vedação expressa de cláusula de exclusão de responsabilidade dos fornecedores, com permissão no caso de consumidor pessoa jurídica, apenas da limitação do valor da indenização em situações justificáveis (capítulos V e VI

---

<sup>10</sup> Derivamos o caráter conciliatório das demais teorias do premiado trabalho de ZAPATER, 2001.

<sup>11</sup> O princípio da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo é reconhecido de forma expressa pelo CDC em seu artigo 4º, inciso I. A esse respeito, assim manifesta-se Sílvio de Salvo Venosa: “... basta a presença de um consumidor e sua vulnerabilidade para o negócio ser atingido pelas normas do Código de Defesa do Consumidor. Como a compreensão da definição do consumidor nessa lei é abrangente da pessoa jurídica, não há substrato para afastar a empresa dessa definição, como pretendem alguns, ainda presos a conceitos individualistas, se presente o requisito da vulnerabilidade e da relação de consumo. A empresa também é consumidor. A conclusão pela vulnerabilidade dependerá evidentemente do caso concreto.” In: VENOSA, 2013, p. 51 e 52.

do CDC, em especial os artigos 39 a 41 e 46 a 54). Vale lembrar que mesmo com o advento do Novo Código Civil em 2002, o qual incorporou no regime civil algumas das inovações introduzidas pelo CDC (incluindo o regime de responsabilidade civil objetiva por fato do produto e outros institutos relativos às práticas comerciais e contratuais), o CDC ainda apresenta regime de proteção mais abrangente aos que se enquadram no conceito de consumidor, incluindo o consumidor pessoa jurídica.<sup>12</sup>

Com base na contextualização acima, passamos a sintetizar a conceituação das três linhas teóricas predominantes acima indicadas, as quais refletem o agrupamento dos julgados do STJ que analisamos na parte final desse trabalho:

A Teoria Maximalista entende a dita expressão "*destinatário final*" como destinatário final do ponto de vista fático.

Assim, para a Teoria Maximalista, são consumidoras as pessoas jurídicas que adquirirem produtos ou serviços na qualidade de destinatárias fáticas finais destes – isto é, não para fins de revenda ou redistribuição<sup>13</sup>.

Conforme será detalhado adiante com base em precedentes judiciais concretos, a Teoria Maximalista entende que um restaurante que adquira serviço de pagamento via máquina de cartão, a fim de processar os pagamentos feitos por seus clientes de forma mais conveniente, é consumidor em sua relação com o fornecedor do aludido serviço.

Da mesma forma, para a Teoria Maximalista, uma empresa agricultora que tenha adquirido trator ou máquina para realizar a colheita da

---

<sup>12</sup>Nesse sentido, assim se manifesta Júlio Moraes Oliveira:

“Com o surgimento do CDC, a teoria contratual brasileira sofreu uma reviravolta com novos institutos que a modernizaram. O Código Civil de 2002 incorporou muito desses avanços dessa nova teoria contratual, mas mesmo assim o Código de Defesa do Consumidor ainda é um diploma regulatório mais benéfico ao consumidor.

Mesmo que o Código Civil seja um código para iguais, como defendem alguns autores e o CDC um código de desiguais, este último continua dando uma maior proteção aos subordinados às suas normas. Pode-se exemplificar a questão com os dispositivos relativos à responsabilidade objetiva que no Código Consumerista é praticamente a regra, a inversão do ônus da prova, as situações de publicidade e oferta que são mais rigorosas na Lei n. 8.078/90, a proteção contra as práticas abusivas, os serviços públicos etc.

Esses argumentos respondem à pergunta: Se o Código Civil de 2002 incorporou em grande parte os avanços da nova teoria contratual então porque os empresários ainda se valeriam do CDC nas relações interempresariais?” In: OLIVEIRA, 2011, p.99.

No mesmo sentido, veja WESENDONCK, 2015, p. 148 e segs.

<sup>13</sup>CAVALIERI FILHO, 2011, p. 60.

produção será tida como consumidora em relação ao fornecedor do dito trator ou máquina.

Nos dois exemplos, embora se tratem de estabelecimentos comerciais que adquiriram serviço e produto enquanto insumos de produção, as empresas adquirentes serão consideradas consumidoras pela Teoria Maximalista, na medida em que são as destinatárias finais, do ponto de vista fático, dos ditos serviço e produto.

De outra banda, a Teoria Finalista entende a expressão "*destinatário final*" no sentido de destinação final econômica<sup>14</sup>.

Para a dita teoria, é consumidor quem adquire bem ou serviço para uso pessoal, e não para o desenvolvimento de atividade comercial.

Retomando os exemplos citados acima, para a Teoria Finalista, tanto o restaurante que adquire serviço de pagamento via máquina de cartão, como também a empresa agricultora adquirente de trator ou máquina para a realização da colheita, não são qualificados como consumidores. Afinal, em ambos os exemplos, o serviço e produto foram adquiridos para fins de exercício da empresa.

Cumpra expressar que, consoante a Teoria Finalista, os mencionados restaurante e empresa agrícola não seriam considerados consumidores nem mesmo se fossem empresas de pequenos porte, vulneráveis com relação aos fornecedores respectivos.

Diante disso e, tendo em vista que a Política Nacional das Relações de Consumo tem por princípio o "*reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo*" (artigo 4º, I do CDC), surgiu, no âmbito da doutrina, a chamada Teoria Finalista Mitigada – também designada Teoria Finalista Mitigada ou Aprofundada<sup>15</sup>.

Referida teoria valida o conceito de consumidor pessoa jurídica consoante a Teoria Finalista mas, de outro lado, admite a flexibilização do mencionado conceito para reputar como consumidora, também, a pessoa jurídica que se mostre vulnerável - técnica, jurídica ou economicamente – com relação ao fornecedor respectivo, no caso concreto<sup>16</sup>.

Significa dizer que, para a Teoria Finalista Mitigada, devem ser percebidas como consumidoras as pessoas jurídicas que sejam destinatárias finais de produtos e serviços adquiridos sem a finalidade de insumo produtivo ou de instrumento para o exercício da empresa, mas, também aquelas pessoas

---

<sup>14</sup>CAVALIERI FILHO, 2011, p. 61.

<sup>15</sup> Vide nota 8 *supra*.

<sup>16</sup>CAVALIERI FILHO, 2011, p. 62.



jurídicas que, diante da situação de fato, tenham se provado vulneráveis com relação aos fornecedores respectivos – seja do ponto de vista técnico, jurídico ou econômico.

Evocando, mais uma vez, os exemplos do restaurante e da empresa agricultora citados *supra*, caso se tratassem de empresas vulneráveis do ponto de vista técnico, jurídico ou econômico com relação aos fornecedores respectivos, estas seriam rotuladas como consumidoras, consoante a Teoria Finalista Mitigada.

### **III. Aplicação das teorias sobre consumidor pessoa jurídica pela jurisprudência do STJ**

As três teorias doutrinárias expostas anteriormente encontram aplicação na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça.

Como já foi apontado, a Teoria Maximalista percebe como consumidora a pessoa jurídica que seja destinatária final fática de produto ou serviço – isto é, a pessoa jurídica que não tenha adquirido o produto ou serviço em questão para fins de revenda ou redistribuição.

Nesse sentido e conforme o exemplo mencionado no Capítulo II *supra*, a 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça decidiu, sob relatoria da Ministra Nancy Andrighi, que uma empresa que havia adquirido serviço para o processamento de pagamentos via cartão de crédito deveria ser qualificada como consumidora, em sua relação com o fornecedor do aludido serviço:

“Processo civil. Conflito de competência. Contrato. Foro de eleição. Relação de consumo. Contratação de serviço de crédito por sociedade empresária. Destinação final caracterizada.

Aquele que exerce empresa assume a condição de consumidor dos bens e serviços que adquire ou utiliza como destinatário final, isto é, quando o bem ou serviço, ainda que venha a compor o estabelecimento empresarial, não integre diretamente - por meio de transformação, montagem, beneficiamento ou revenda - o produto ou serviço que venha a ser ofertado a terceiros.

O empresário ou sociedade empresária que tenha por atividade precípua a distribuição, no atacado ou no varejo, de medicamentos, deve ser considerado destinatário final do serviço de pagamento por meio de cartão de crédito, porquanto esta atividade não integra, diretamente, o produto objeto de sua empresa”. STJ, 2ª Turma, *Conflito de Competência Nº 41.056/SP*, Rel. Min. Nancy Andrighi, j. em 23.06.04.

O entendimento da colenda Corte, conforme a Teoria Maximalista, foi o de que a pessoa jurídica em questão era destinatária fática final do serviço de pagamento por meio de cartão de crédito.

Também conforme a Teoria Maximalista e em linha com o exemplo citado no Capítulo II, a mesma 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça decidiu, sob relatoria do Ministro Ruy Rosado de Aguiar, que uma empresa que havia adquirido máquina para o trabalho na lavoura deveria ser considerada consumidora em sua relação com o fornecedor do aludido maquinário:

“Realmente, o Código do Consumidor incide sobre contrato de compra e venda de bem, ainda que máquina destinada ao trabalho na lavoura do adquirente, pois nessa relação o adquirente figura como destinatário final, única característica restritiva do art. 2º, “o importante é a retirada do bem do mercado, sem se importar com o sujeito que adquire o bem, profissional (não elemento subjetivo)” (Cláudia Lima Marques, *Novas regras sobre a proteção do consumidor nas relações contratuais*, p. 33). (...)

No caso dos autos, a relação é de consumo, embora dela tenha participado uma empresa comercial, pois a compradora aparece diante das rés como consumidora, adquirindo produto como destinatária final, sem propósito de revendê-lo ou de usá-lo como matéria prima para transformação”. STJ, 4ª Turma, *Recurso Especial Nº 142.042/RS*, Rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar, j. em 11.11.97.

Conforme se verifica, ainda que a máquina adquirida servisse de insumo e fomentasse o exercício da empresa, a pessoa jurídica concernente ao caso foi reputada consumidora porquanto destinatária fática final da máquina agrícolaquestão.

A partir do acórdão proferido no Recurso Especial nº541.867/BA em novembro de 2004, a jurisprudência do STJ passou a se orientar mais proeminentemente pela aplicação da Teoria Finalista.

O mencionado precedente discutia hipótese de empresa que adquirira serviço de pagamento via máquinas de cartão de crédito. Aplicando a Teoria Finalista à hipótese, o colendo Superior Tribunal de Justiça entendeu, sob relatoria do Ministro Barros Monteiro, que o referido serviço fora adquirido com objetivo negocial - e, por isso, a pessoa jurídica adquirente do dito serviço não deveria ser enquadrada como consumidora:

-- "COMPETÊNCIA. RELAÇÃO DE CONSUMO. UTILIZAÇÃO DE EQUIPAMENTO E DE SERVIÇOS DE CRÉDITO PRESTADO POR EMPRESA ADMINISTRADORA DE CARTÃO DE CRÉDITO. DESTINAÇÃO FINAL INEXISTENTE. – A aquisição de bens ou a utilização de serviços, por pessoa natural ou jurídica, com o escopo de implementar ou incrementar a sua atividade negocial, não se reputa como relação de consumo e, sim, como uma atividade de consumo intermediária. Recurso especial conhecido e provido para reconhecer a incompetência absoluta da Vara Especializada de Defesa do

Consumidor, para decretar a nulidade dos atos praticados e, por conseguinte, para determinar a remessa do feito a uma das Varas Cíveis da Comarca". STJ, 4ª Turma, *Recurso Especial N° 541.867/BA*, Rel. Min. Barros Monteiro, j. em 10.11.04.

Na mesma toada, a 2ª Turma do Superior Tribunal de Justiça já expressou que pessoa jurídica adquirente de insumos agrícolas não poderia ser percebida como consumidora com relação ao fornecedor dos ditos insumos – justamente porque estes haviam sido adquiridos na qualidade de insumos produtivos:

-- “Na presente hipótese, verifica-se que a empresa SYNGENTA PROTEÇÃO DE CULTIVOS LTDA. forneceu ao produtor rural 'diversos produtos', nos termos da petição de arresto a fls. 16/24, sendo que sua área de atuação é, especificamente, a de defensivos agrícolas (fls. 17).

Nesses termos, e adotando-se o entendimento atual da 2ª Seção que provocou a superação daqueles precedentes da 3ª Turma supra referidos, não há como se ter por configurada uma relação de consumo. Defensivos agrícolas guardam nítida relação de pertinência com a atividade agrícola direcionada ao plantio de soja, pois entram na cadeia de produção desta e contribuem diretamente para o sucesso ou insucesso da colheita como verdadeiros insumos”. STJ, 2ª Seção, *Conflito de Competência N° 64.524/MT*, Rel. Min. Nancy Andrighi, j. em 27.09.06.

Por fim, a partir do acórdão no Recurso Especial n°476.428/SC, datado de abril de 2005, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça passou a se orientar pela aplicação da Teoria Finalista Mitigada.

Na ocasião, a Ministra Relatora Nancy Andrighi expressou que o núcleo do conceito de consumidor é a noção de vulnerabilidade. Por isso, apesar de válido o racional de que devem ser entendidas como consumidoras as pessoas jurídicas que não tenham adquirido o bem ou serviço em questão como insumo produtivo, consoante a Teoria Finalista, nos termos da Teoria Finalista Mitigada o dito racional deve ser abrandado para admitir também como consumidoras as pessoas jurídicas que se mostrem vulneráveis – econômica, técnica ou juridicamente – em sua relação com os fornecedores respectivos:

-- “Por outro lado, a jurisprudência deste 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 (art. 4º, I). 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.

Por isso mesmo, ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste stj também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do cdc nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo, isto é, a relação formada entre fornecedor e consumidor vulnerável, presumidamente ou não”. STJ, 2ª Turma, *Recurso Especial Nº 476.428/SC*, Rel. Min. Nancy Andrighi, j. em 19.04.05.

Na mesma linha, vale citar o precedente do Recurso Especial Nº 661.145/ES, de relatoria do Ministro Jorge Scartezzini:

-- “Com vistas, porém, ao esgotamento da questão, cumpre consignar a existência de certo abrandamento na interpretação finalista, na medida em que se admite, excepcionalmente e desde que demonstrada in concreto a 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”. STJ, 4ª Turma, *Recurso Especial Nº 661.145/ES*, Rel. Min. Jorge Scartezzini, j. em 22.02.05.

É importante ressaltar que a evolução jurisprudencial ora noticiada não ocorreu de forma segmentada, em blocos de entendimento absoluto conforme cada uma das três teorias.

Na pesquisa exauriente sobre a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça acerca do conceito de consumidor pessoa jurídica, que antecedeu a elaboração deste artigo, foi possível identificar julgados conforme a Teoria Maximalista posteriores a novembro de 2004, precedentes conforme a Teoria

Finalista anteriores a novembro de 2004 e ulteriores a abril de 2005 e, também, acórdãos conforme a Teoria Finalista Mitigada anteriores a abril de 2005.

Os acórdãos paradigmáticos proferidos pelo Superior Tribunal de Justiça nos Recursos Especiais nº541.867/BA e 476.428/SC, destacados neste capítulo, foram representativos da evolução do entendimento do STJ<sup>17</sup>, mas não representam marcos absolutos e objetivos de mudança total de entendimento da Corte Superior.

Nesse sentido, pode-se dizer que, apesar da evolução do entendimento jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça sobre o conceito de consumidor pessoa jurídica no curso dos anos, ainda hoje não há entendimento absoluto estabelecido na Corte Superior de Justiça a esse respeito.

#### **IV. O Novo CPC e a vinculação aos precedentes judiciais**

Diante do cenário de jurisprudência alinhada, mas não unânime, do Superior Tribunal de Justiça em prol da aplicação da Teoria Finalista Mitigada, é relevante tecer considerações sobre as disposições do Novo Código de Processo Civil acerca da uniformização de jurisprudência via precedentes do Superior Tribunal de Justiça.

O Novo Código de Processo Civil estabelece de forma expressa, em seu artigo 926, que *“os tribunais devem uniformizar sua jurisprudência e mantê-la estável, íntegra e coerente”*.

Na mesma toada, o artigo 927, IV do diploma processual civil dispõe que "Os juízes e os tribunais observarão: (...)IV - os enunciados das súmulas do Supremo Tribunal Federal em matéria constitucional e do Superior Tribunal de Justiça em matéria infraconstitucional".

Assim, o Novo Código de Processo Civil expressou de maneira direta que os tribunais – inclusive o Superior Tribunal de Justiça – não devem permitir divergências internas sobre questões jurídicas idênticas, como se cada magistrado ou turma julgadora constituísse um micro-sistema próprio.

Ainda, consoante o Novo Código, o Supremo Tribunal Federal e o Superior Tribunal de Justiça terão papel especial na uniformização da jurisprudência pátria, via a edição de enunciados e súmulas sobre matéria constitucional e infraconstitucional, respectivamente<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup>CAVALIERI FILHO, 2011, p. 62.

<sup>18</sup> Nesse sentido, vale mencionar o disposto na exposição de motivos do Novo Código de Processo Civil: "Por outro lado, haver, indefinidamente, posicionamentos diferentes e incompatíveis, nos Tribunais, a respeito da mesma norma jurídica, leva a que jurisdicionados que estejam em situações idênticas, tenham de submeter-se a regras de

Nas palavras do Ministro Sérgio Kukina, "Com o novo código, o STJ continuará desempenhando essa relevante tarefa unificadora. Entretanto, sua jurisprudência ganhará em importância, pois passará a balizar, de forma vinculante, a atuação dos juízes e tribunais (artigo 927), notadamente por intermédio de suas súmulas e de suas decisões proferidas no âmbito de recursos especiais repetitivos"<sup>19</sup>.

Nesse sentido, o posicionamento do Superior Tribunal de Justiça acerca do conceito de consumidor pessoa jurídica ganha nova relevância.

Afinal, se na vigência do antigo Código os precedentes do Superior Tribunal de Justiça eram tidos por referência nos Tribunais e em primeira instância, com a entrada em vigor do Novo Código de Processo Civil os ditos precedentes do passam a ter aplicação obrigatória quando estabelecidos via enunciados ou súmulas.

## Conclusão

Embora a produção bibliográfica acerca do conceito de consumidor pessoa jurídica seja intensa, o presente estudo traz olhar inovador sobre o tema, a partir de estudo exauriente da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça desde a fundação da Corte em 1988 até maio de 2016.

As quase duas centenas de julgados examinados na pesquisa que antecedeu a elaboração deste artigo revelam evolução, em três etapas, do entendimento do Superior Tribunal de Justiça acerca do conceito de

---

conduta diferentes, ditadas por decisões judiciais emanadas de tribunais diversos. Esse fenômeno fragmenta o sistema, gera inquietude e, por vezes, verdadeira perplexidade na sociedade. Prestigiu-se, seguindo-se direção já abertamente seguida pelo ordenamento jurídico brasileiro, expressado na criação da Súmula Vinculante do Supremo Tribunal Federal (STF) e do regime de julgamento conjunto de recursos especiais e extraordinários repetitivos (que foi mantido e aperfeiçoado) tendência a criar estímulos para que a jurisprudência se uniformize, à luz do que venham a decidir tribunais superiores e até de segundo grau, e se estabilize. Essa é a função e a razão de ser dos tribunais superiores: proferir decisões que moldem o ordenamento jurídico, objetivamente considerado. A função paradigmática que devem desempenhar é inerente ao sistema". Vide <https://www.senado.gov.br/senado/novocpc/pdf/Anteprojeto.pdf> Acesso em 30/05/2016.

<sup>19</sup>Vide

[http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt\\_BR/Comunica%C3%A7%C3%A3o/Not%C3%ADcias/Not%C3%ADcias/Valoriza%C3%A7%C3%A3o-de-precedentes-jurisprudenciais-%C3%A9-destaque-do-novo-CPC-que-entra-em-vigor-hoje-\(18\)](http://www.stj.jus.br/sites/STJ/default/pt_BR/Comunica%C3%A7%C3%A3o/Not%C3%ADcias/Not%C3%ADcias/Valoriza%C3%A7%C3%A3o-de-precedentes-jurisprudenciais-%C3%A9-destaque-do-novo-CPC-que-entra-em-vigor-hoje-(18)). Acesso em 30/05/2016.

consumidor pessoa jurídica.

Ao longo dos anos, houve três mudanças paradigmáticas de entendimento da Corte Superior conforme as três teorias doutrinárias existentes sobre a matéria – Teoria Maximalista, Teoria Finalista e Teoria Finalista Mitigada. Não obstante, em nenhuma das fases relatadas o entendimento do STJ foi absoluto e unânime – até hoje não é.

A entrada em vigor do Novo Código de Processo Civil em março de 2016, bem como o relevante fluxo de novos casos discutindo o tema "consumidor pessoa jurídica" nas instâncias originárias e no próprio Superior Tribunal de Justiça, tornam de rigor a uniformização definitiva da jurisprudência do STJ acerca do tema, nos termos do artigos 926 e 927 do diploma processual civil.

## Referências

ANDRIGHI, F. N. O conceito de consumidor direto e a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. Disponível em [http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/604/Conceito\\_Consumidor\\_Direto.pdf](http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/604/Conceito_Consumidor_Direto.pdf). Acesso em 30/05/2016.

COELHO, F. U. A compra e venda, os empresários e o Código do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, Rio de Janeiro, v. 3, pp. 36 e ss., 1992.

CAVALIERI FILHO, S. **Programa de responsabilidade civil**. São Paulo: Atlas, 2011.

MACEDO JÚNIOR, R. P. Relação de consumo sem contratação de consumo direta: quando o empresário paga a conta. **Revista de Direito do Consumidor**, Rio de Janeiro, v. 27, pp. 42 e ss., 1988.

MARQUES, C. L. Caso Teka vs. Aiglon: em defesa da teoria finalista de interpretação do art. 2º do CDC. **Revista de Direito do Consumidor**, Rio de Janeiro, v. 36, pp. 221 e ss., 2011.

MARTINS, Humberto. Relações de consumo na visão do Superior Tribunal de Justiça - Parte 1. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2016-ago-15/direito-civil-atual-relacao-consumo-visao-superior-tribunal-justica-parte>

MUKAI, T. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1991.

OLIVEIRA, Júlio Moraes. Evolução do conceito de consumidor: do maximalismo ao finalismo mitigado – a ideia de consumidor-empresário e a

vulnerabilidade como princípio vetor do sistema. Tese apresentada no Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Direito da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade FUMEC. Belo Horizonte, 2011. Disponível em: [http://www.fumec.br/anexos/cursos/mestrado/dissertacoes/completa/julio\\_moraes\\_oliveira.pdf](http://www.fumec.br/anexos/cursos/mestrado/dissertacoes/completa/julio_moraes_oliveira.pdf)

VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito Civil – Volume 3, Contratos em Espécie. 13ª edição. São Paulo: Atlas, 2013.

WESENDONCK, Tula. Art. 931 do Código Civil: repetição ou inovação? In: Revista de Direito Civil Contemporâneo, número 2, volume 3, abril-junho de 2015, páginas 141 a 159.

### **Anexo I (ver p. 262)**

Relação dos acórdãos do Superior Tribunal de Justiça que foram analisados na pesquisa que antecedeu a elaboração deste artigo.

### **Anexo II (ver p. 259)**

Bibliografia sugerida para maior conhecimento do tema