

**A POSSIBILIDADE DA PESSOA JURÍDICA SER CARACTERIZADA COMO CONSUMIDORA NO CHAMADO “CONSUMO INTERMEDIÁRIO”**

*Adriano Celestino Ribeiro Barros<sup>1</sup>*  
*Universidade Católica da Bahia, Salvador – BA*

**RESUMO**

O enfoque é em que hipótese a pessoa jurídica pode ser considerada consumidora. Constatase que não existe um método preciso na legislação, na doutrina e nem na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça sobre isso. Há uma divergência muito grande dentre os doutrinadores e na jurisprudência quando a pessoa jurídica faz o “consumo intermediário”. A *vexata quaestio* está em saber quando a pessoa jurídica é destinatária final de produtos ou serviços. Destinatário final é um ponto chave para buscar a *ratio legis* do artigo 2º, *caput*, do CDC.

**PALAVRAS-CHAVE:** consumo intermediário; pessoa jurídica; doutrinadores; jurisprudência.

**THE POSSIBILITY FROM THE JUDICIAL PERSON TO BE DEFINED AS A CONSUMER IN THE CALLED “INTERMEDIATE CONSUME”****ABSTRACT**

The focus of this paper is to show in which conjecture the judicial person can be defined as a consumer. It is a fact that there isn't a correct method in legislation, in doctrine and nor in jurisprudence from the Superior Court of Justice about it. There is a big difference of opinion between writers and also in the jurisprudence when the judicial person makes the “intermediate consume”. The *vexata quaestio* is explicit when the judicial person is the final receiver of products or services. Final receiver is a very important part to find the *ratio legis* from the 2<sup>nd</sup> article, *caput*, from CDC.

**KEYWORDS:** intermediate consume; judicial person; writers; jurisprudence.

---

<sup>1</sup> Atua como advogado e é bacharel em Direito pela Universidade Católica de Salvador. E-mail de contato: acrbjus@ibest.com.br

## INTRODUÇÃO

O enfoque é em que hipótese a pessoa jurídica pode ser considerada consumidora. Constata-se que não existe um método preciso na legislação, na doutrina e nem na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça sobre isso. Há uma divergência muito grande dentre os doutrinadores e na jurisprudência quando a pessoa jurídica faz o “consumo intermediário”. A *vexata quaestio* está em saber quando a pessoa jurídica é destinatária final de produtos ou serviços. Destinatário final é um ponto chave para buscar a *ratio legis* do artigo 2º, caput, do CDC, Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

## 2. A PESSOA JURÍDICA E O CONSUMO INTERMEDIÁRIO

O abalizado Mestre João Batista de Almeida[1] em sua Obra, A Proteção Jurídica do Consumidor; com muita acuidade, lecionando sobre um dos elementos que caracterizam a relação jurídica de consumo (o consumidor como destinatário final). Entende que a pessoa jurídica é consumidora no “consumo intermediário”. Se não vejamos:

[...] como destinatário final, ou seja, para uso próprio, privado, individual, familiar ou doméstico, e até para terceiros, desde que o repasse não se dê por revenda. Não se incluiu na definição legal, portanto, o intermediário, e aquele que compra com o objetivo de revender após montagem, beneficiamento ou industrialização. A operação de consumo deve encerrar-se no consumidor, que utiliza ou permite que seja utilizado o bem ou serviço adquirido, sem revenda. Ocorrida esta, consumidor será o adquirente da fase seguinte, já que o consumo não teve, até então, destinação final. Existe a possibilidade de concentrarem-se numa mesma pessoa ambas as figuras, quando há em parte consumo intermediário e consumo final. É o caso das montadoras de automóveis, que adquirem produtos para montagem e revenda (autopeças) ao mesmo tempo em que adquirem produtos e serviços para consumo final (material de escritório, alimentação). O destino final é, pois, a nota tipificadora do consumidor [...]<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> ALMEIDA, João Batista de. **A Proteção Jurídica do Consumidor**. 3 ed. ver. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002, págs. 38-40.

Por fim, resta analisar a tentativa de restrição que se coloca em relação à finalidade da aquisição ou utilização. Diz Benjamin que, “na França”, o projeto de Código de Consumo, elaborado sob a orientação do Prof. Jean Calais-Auloy, propõe que consumidores ‘são as pessoas físicas ou jurídicas que obtêm ou se utilizam de bens ou serviços para um uso não profissional (art. 3º)<sup>3</sup>.

Ora, no Brasil tal restrição não teria como vingar. Pela definição legal de consumidor, basta que ele seja o “destinatário final” dos produtos ou serviços (CDC art. 2º), incluindo aí não apenas aquilo que é adquirido ou utilizado para o uso pessoal, familiar ou doméstico, mas também o que é adquirido para o desempenho de atividade ou profissão, bastando, para tanto, que não haja a finalidade de revenda. O advogado que adquire livros jurídicos para bem desempenhar sua profissão é, sem dúvida, destinatário final dessa aquisição, e, como tal, consumidor segundo a definição legal.

Não há razão plausível para que se distinga o uso privado do profissional; mais importante, no caso, é a ausência de finalidade de intermediação ou revenda. Da mesma forma, já se decidiu que empresa produtora de celulose é consumidora, nos termos do artigo 2º, caput, da Lei 8.078/90, de formicida para aplicação em suas florestas.

Na posição contrária, temos o ilustre mestre Luiz Gastão Paes de Barros Leões corroborado pelo insigne Albert L. Meyers em seu parecer.

Ocorre que, ao lado desse conceito de consumo – consumo final – fala-se também em consumo intermédio, no sentido de utilização dos bens e serviços, por parte das empresas, necessários ao processo de produção industrial. Ou seja, como insumos. Aqui, a par de seu lado positivo, o consumo do bem igualmente revelaria a sua vertente negativa, importando também em sua destruição, já que ele se transforma e se incorpora ao processo produtivo. A rigor, porém, não falar aqui em

---

<sup>3</sup> HERMAN, Antônio; BENJAMIN, O. O Conceito Jurídico de Consumidor, *RT*, São Paulo, n. 20, outubro/dezembro, 1996. p.74.

consumo, no seu sentido técnico. Como acentua Albert L. Meyers,<sup>4</sup> Consumo é o uso imediato e final de bens e serviços, para satisfazer as necessidades de seres humanos livres. Consumo não significa uso de um bem, a menos que seja usado como consumidor final. Diariamente, emprega-se o carvão para gerar a força que movimenta as fábricas; entretanto, este constitui parte do processo produtivo e não do consumo. De modo bastante remoto, poder-se-ia dizer que uma pessoa está consumindo carvão, quando se serve dos produtos industriais. Luiz Gastão Paes de Barros Leães sustenta ainda que “Daí acentuarem os especialistas do novo Direito do Consumidor que esse “consumo intermédio”, a que aqui se alude, não é alcançado pela proteção da legislação especial.”<sup>5</sup>

Para nos limitarmos a duas citações, vejamos as observações de Ferreira de Almeida, num livro de larga divulgação no Brasil. Para Carlos Ferreira de Almeida:

O consumidor é um não profissional, ou quem como tal atua, isto é, fora da sua atividade profissional. Daí que se conclua que o chamado “consumo intermédio”, em que o utilizador é uma empresa ou um profissional, não é consumo em sentido jurídico. O consumidor, nesta acepção, é sempre consumidor final (*Endverbraucher, Letztverbraucher, ultimate consumer*).

Assim, quando a lei brasileira define como consumidor: “toda pessoa física ou jurídica” (à semelhança do que dispõe vários diplomas alienígenas, como a Carta do Conselho da Europa, que fala também em *physical or legal person*), há que distinguir os bens adquiridos os bens adquiridos pela empresa, a título de insumos, no exercício da sua atividade empresarial, dos bens adquiridos para uso pessoal ou privado – *for privy usance* – do Consumidor, à margem de sua atividade empresarial.

Entretanto, em sentido contrário o Professor Sergio Cavalieri Filho em sua Obra, Programa de Responsabilidade Civil, assevera que:

Com a vênua dos adeptos do entendimento restritivo, venho sustentando que nesses casos haverá relação de consumo porque a empresa (pessoa jurídica) utiliza bens e serviços como destinatária final, e não como conceito de consumidor do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor. Não há como negar que bens e serviços utilizados no chamado consumo

<sup>4</sup> MEYERS, A. **Elementos de Economia Moderna**. Rio de Janeiro: Livro Ibero-Americano 1962. p.13.

<sup>5</sup> LEÃES, L.G.P. de B. As relações de consumo e o crédito ao consumidor. **Revista de direito do consumidor**, São Paulo, n. 11, julho/ setembro, 1994.

intermediário situam-se na última etapa do processo produtivo, pois são retirados de circulação para o uso privado da empresa, caso em que não age como fornecedora, nem como produtora ou intermediária. Embora os custos desses bens e serviços sejam repassados ao público, não estão, todavia, destinados ao consumidor. Seu custo é repassado ao consumidor, mas a sua utilidade não.<sup>6</sup>

Não há dúvidas em relação aos bens utilizados como insumos dos produtos que a empresa produz como matérias-primas, peças e outros componentes básicos que se destinam a produzir outros bens, não são bens de consumo, pelo que não geram relação de consumo. Entretanto, a discussão diz respeito “consumo intermediário”, como máquinas produtoras, instalações, mobiliários, sistemas de computadores e todos os demais bens e serviços indispensáveis ao funcionamento da empresa.

No “consumo intermediário” a compra pela pessoa jurídica não são empregados como insumos na produção de outros bens ou serviços, mas são necessários ao desempenho da atividade lucrativa. Na lição de José Geraldo Brito Filomeno ensina que:

[...] a inclusão das pessoas jurídicas igualmente como ‘consumidores’ de produtos e serviços, embora com a 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.<sup>7</sup>

Um exemplo típico é com relação aos bancos. Os bancos dizem que o consumidor de crédito não é destinatário final. Não seria porque ninguém toma crédito para guardar, muito pelo contrário, porque faz para usar e empregar para algum fim ou uso. Na realidade, a pessoa que toma o crédito é destinatária final do crédito, a não ser que a pessoa repasse o crédito para outrem. Por exemplo, uma loja de eletrodomésticos que recebe crédito bancário e o transfere para os adquirentes dos eletrodomésticos não é destinatário final, portanto, não é consumidor. Entretanto, ainda que seja um empresário que receba um crédito bancário e aplique como capital de giro é consumidor e é destinatário final porque o empresário não transferiu o

---

<sup>6</sup> CABVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 4 ed. ver. e atual. São Paulo: Malheiros, [200-?]. p. 467.

<sup>7</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**, 3 edição, Editora Forense Universitária, [200-?]. p. 27.

crédito. O empresário adquire matéria-prima, paga aos empregados, isso não configura a transferência do crédito a terceiros. O empresário é o destinatário final do crédito e, portanto, consumidor em relação ao banco.

O Egrégio Superior Tribunal de Justiça ratifica na súmula 297 que a relação jurídica entre (consumidor) pessoa física ou jurídica em relação aos bancos (fornecedor) é uma relação jurídica de consumo. Súmula 297 do STJ: O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras.

### **2.1. Jurisprudência do Colendo Superior Tribunal de Justiça:**

No julgamento realizado pela Segunda Seção, que reconheceu o domínio da teoria subjetiva<sup>8</sup>, o STJ flexibiliza este entendimento metodológico, ao reconhecer que em situações especiais, deve ser abrandado<sup>9</sup> o critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas relações entre fornecedores e consumidor-empresário em que fique evidenciada a relação de consumo. Isto é, a relação formada entre fornecedor e consumidor vulnerável técnica, jurídica ou economicamente, de forma presumidamente ou não. STJ. Resp. 468148/SP. T3, j. 02/09/2003. DJ: 28/10/2003, p. 283, anulou a cláusula de eleição de foro baseada na qualidade do contratante que era uma microempresa para facilitar sua defesa.

O consumidor não sendo vulnerável econômica, jurídica ou tecnicamente não será protegido. Superior Tribunal de Justiça – STJ. CC 32.270/SP. Rel. Min. Ari Pargendler, Segunda Seção, DJ: 11/03/2003; AEResp. 561.853/MG. Rel. Min. Antônio de Pádua Ribeiro, T3, unânime, DJ: 24/05/2004; Resp. 519.946/SC, Rel. Min. César Asfor Rocha, Quarta Turma, unânime, DJ: 28/10/2003 e Resp. 457.398/SC, Rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar, T4, unânime, DJ: 09/12/2002.

---

<sup>8</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça – STJ. Resp. 476.428. T3. Min. Nancy Andrighi, j. 19/04/2005. DJ: 09/05/2005.

<sup>9</sup> Brasil. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Resp. 661.145. T4. Min. Jorge Scartezini, j. 22/02/2005.

## 2.2. O sentido legal do vocábulo consumir

Alguns autores, empenhados em excluir do alcance do Código de Defesa e Proteção do Consumidor a determinados segmentos do mercado de consumo (bancos, instituições financeiras e de crédito). Procuram dar ao vocábulo consumo uma interpretação gramatical sustentando tratar-se de algo que só ocorre quando há destruição de um bem pelo seu uso, tanto assim que os dicionários definem consumo como gasto, destruição pelo uso, meio pelo qual se extinguem as coisas consumíveis. O verbo “consumir” – acrescentam – significa destruir pelo uso e pela utilização de um bem ou serviço para atender a uma necessidade. Invocam ainda a definição de bens consumíveis contida no artigo 51 do Código Civil de 1916 (artigo 86 do vigente Código), procurando interpretar a norma da lei de defesa do consumidor pelas regras do Direito tradicional.

Resulta daí que o consumidor terá sempre como traço marcante o fato de adquirir bens ou contratar serviços como destinatário final, isto é, para suprir uma necessidade própria, e não para o desenvolvimento de uma outra atividade negocial. “A aquisição se insere no termo final da cadeia dos quadros de um ciclo de produção, tendo em vista a atividade produtiva *lato sensu*.”<sup>10</sup>

O importante para o artigo 2º, observa com pertinência Cláudia Lima Marques<sup>11</sup>, é a retirada do bem de mercado – ato objetivo – sem se importar com o sujeito que adquire o bem, profissional ou não – elemento subjetivo.

Há uma divisão na doutrina entre aqueles que são considerados finalistas e os maximalistas:

Para os finalistas só tem a proteção do Código de Defesa e Proteção do Consumidor o consumidor vulnerável. Tanto que, a vulnerabilidade é uma característica *ope legis*, por força de lei. Portanto, ou é vulnerável e é consumidor

---

<sup>10</sup> ALVIM, Arruda. **Código do Consumidor comentado**. 2 ed. São Paulo: Ed. RT, [200-?]. p.19.

<sup>11</sup> MARQUES, C.L. Novas regras sobre a proteção do consumidor nas relações contratuais, **Revista do Instituto Brasileira do Consumidor**, [s.l.], v.I, [200-?].p. 33

estando no âmbito de incidência do CDC sendo protegido. Ou não é vulnerável e não é protegido como consumidor.

Os maximalistas, por outro lado, entendem que o CDC é uma nova disciplina nas relações obrigacionais, especialmente nas relações contratuais e de responsabilidade civil. Então, que deveria o CDC ter aplicação a outras relações jurídicas que não só a relação de consumo.

E por isso mesmo esse requisito do reconhecimento do princípio da vulnerabilidade do consumidor, que, aliás, não está posto no caput do artigo 2º do CDC, mas somente no artigo 4º, I do CDC, tem-se que se fazer uma interpretação sistemática e teleológica do texto para compreender o sentido e o alcance da norma.

Então, consumidor sendo ou não vulnerável é consumidor e, portanto, protegido se for lido o artigo 2º, caput, do CDC com essa projeção maximalista. Que amplia a disciplina do Código de Defesa do Consumidor e estende para as relações: obrigacionais, contratuais e de responsabilidade civil, além daquelas que visaria o legislador da Lei de consumo especialmente a contemplar.

### **2.3. Núcleos da reflexão dos elementos do artigo 2º, caput, do CDC para caracterizar o Consumidor por excelência nas relações de consumo.**

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

A proteção do consumidor a nível mundial foi estabelecida inicialmente à pessoa física e não para a pessoa jurídica. O Direito brasileiro, no entanto, admitiu com o artigo 2º, caput, do Código de Defesa e Proteção do Consumidor expressamente que a pessoa jurídica também se beneficie da disciplina das relações de consumo. E não fez qualquer distinção ao porte da pessoa jurídica (se pequena, média ou grande).

Embora a Lei admita expressamente que a pessoa jurídica seja considerada para os efeitos do CDC como consumidora, a que se notar que a estrutura do Código de Defesa do Consumidor não é voltada para proteger qualquer pessoa física ou



jurídica e aí é que está a *vexata quaestio*. Dessa maneira, diz o Código: “que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Como se vê, enquanto o Produto tem por essência um bem, uma obrigação de dar, de transferir a propriedade ou a posse de coisa móvel ou imóvel, material; Serviço diz respeito a uma atividade prestada mediante remuneração, uma obrigação de fazer, de realizar uma conduta que beneficie o consumidor.

O artigo 4º, I, do CDC prevê a pedra de toque de todo sistema protetivo e que é essencial segundo a doutrina majoritária (finalista). A questão fundamental é o reconhecimento do princípio da vulnerabilidade do consumidor.

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendido o seguinte princípio<sup>12</sup>:

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

#### **2.4. Conceito de consumidor no Código de Proteção e Defesa do Consumidor**

O conceito de consumidor que apareceu no CDC no artigo 2º, *caput*, na verdade não é o único conceito de consumidor previsto no Código.

O artigo 2º, *caput*, prevê:

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

Esse não é o único conceito de consumidor no Código de defesa do Consumidor como podemos alinhar:

O conceito de consumidor no artigo 2º, *caput*, do CDC é o que poderíamos dizer o conceito de consumidor *stricto sensu*, ou propriamente dito.

---

<sup>12</sup> Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995.

Art. 2º (...) Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento. Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No artigo 2º, caput, do CDC, nós temos o consumidor por excelência. No artigo 2º, § único, do CDC, faz referência à coletividade de consumidores. Há, portanto, universalidade de consumidores ou mesmo a grupos particulares. No artigo 17, do CDC, são aqueles que são vítimas de um acidente de consumo, os chamados bystanders. E no artigo 29, do CDC são os consumidores por equiparação de acordo com a previsão deste artigo para os quais já que eles estão expostos às mesmas práticas previstas ali eles devem ter aplicação da mesma disciplina referida pelo Código de Defesa do Consumidor no artigo 29. Ou seja, *ubi eadem est ratio, eadem est jus dispositio*. Vale dizer, onde existe a mesma razão, deve reger a mesma disposição legal.

Essa polêmica é interminável entre essas duas correntes, mas os próprios finalistas já estão hoje menos ortodoxos. Bem como os maximalistas têm o Código Civil de 2002 para poder construir uma disciplina comum nas relações obrigacionais mais justa e que atenda a dignidade da pessoa humana, do que aquela disciplina que se punha com o Código Civil de 1916.

Especialmente porque o Código Civil de 2002 contempla duas cláusulas gerais, que embora não cheguem a esse detalhamento de disciplina que fornece o Código de Defesa do Consumidor. Permitem, por conseguinte, como cláusulas gerais que se construa uma disciplina até talvez parecida com essa. Essas cláusulas gerais são: a função social dos contratos do artigo 421 do Código Civil/02 e a cláusula geral da boa-fé objetiva do artigo 422 do Código Civil.

Art. 421. A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato.

Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

#### 4. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **A Proteção Jurídica do Consumidor**. 3 ed. ver. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002.

ALVIM, Arruda. **Código do Consumidor comentado**. 2 ed. São Paulo: Ed. RT, [200-?].

BRASIL. **Código Civil**. 55 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

CABVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 4 ed. ver. e atual. São Paulo: Malheiros, [200-?].

HERMAN, Antônio; BENJAMIN, O. O Conceito Jurídico de Consumidor, **RT**, São Paulo, n. 20, outubro/dezembro, 1996.

LEÃES, L.G.P. de B. As relações de consumo e o crédito ao consumidor. **Revista de direito do consumidor**, São Paulo, n. 11, julho/ setembro, 1994.

MARQUES, C.L. Novas regras sobre a proteção do consumidor nas relações contratuais, **Revista do Instituto Brasileira do Consumidor**, [s.l.], v.1, [200-?].

MEYERS, A. **Elementos de Economia Moderna**. Rio de Janeiro: Livro Ibero-Americano 1962.

CABVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 4 ed. ver. e atual. São Paulo: Malheiros, [200-?].

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**, 3 edição, Editora Forense Universitária, [200-?]. p. 27.

*Enviado: 26/10/2006*

*Aceito: 10/03/2007*

*Publicado: 03/07/2007*