

Questão Discursiva 00819

Uma revendedora de veículos ingressa com ação indenizatória por danos materiais derivados de defeito em suas linhas telefônicas, tornando inócuo o investimento em anúncios publicitários, dada a impossibilidade de atender ligações de potenciais clientes. Fundamenta suas alegações no Código de Defesa do Consumidor. Em contestação, a empresa de telefonia sustenta que a contratação do serviço de telefonia não caracteriza relação de consumo tutelável pelo CDC, pois o referido serviço compõe a cadeia produtiva da empresa, sendo essencial à consecução do seu negócio.

A partir do caso apresentado, com base na teoria finalista nas relações de consumo, examine as alegações da ré, esclarecendo se devem ser acolhidas.

(A resposta deve ser objetivamente fundamentada).

Resposta #000380

Por: **Antonio Fabio Fonseca de Oliveira** 31 de Janeiro de 2016 às 11:21

Muito embora a empresa revendedora não seja destinatária final econômica, já que se utiliza dos serviços para concluir seus negócios (consumidor intermediário), trata-se de relação de consumo, com base no artigo 29 do CDC – que ampara a teoria finalista aprofundada que amplia o conceito de consumidor, incluindo todo aquele que possua vulnerabilidade (técnica, econômica ou jurídica). Com efeito, verifica-se, no caso concreto, a presença de vulnerabilidade da revendedora frente a fornecedora dos serviços telefônicos, ou seja, uma situação de incapacidade técnica, ainda que provisória, frente aos defeitos das linhas telefônicas. Situação essa que fragiliza e enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo. Assim, não merecem acolhimento as alegações da parte ré, devendo o julgador analisar a situação com base no CDC.

Correção #000216

Por: **Daniela Nadia Wasilewski Rodrigues** 5 de Fevereiro de 2016 às 22:16

Antonio, sua resposta está correta, mas faltou fundamentar melhor a questão, inclusive com o entendimento do STJ sobre o tema. Sugiro que você faça parágrafos menores, para tornar a leitura menos cansativa.

Resposta #002157

Por: **MAF** 7 de Agosto de 2016 às 15:30

A jurisprudência do STJ adotava a teoria finalista, restringindo o conceito de consumidor. Por esta teoria, consumidor seria o destinatário final, assim considerado o destinatário fático e econômico do bem ou serviço, não importando se pessoa natural ou jurídica. Desta forma, fica excluído da abrangência do Código o intermediário, ou seja, aquele cujo bem/serviço regressa para a cadeia de produtiva e de distribuição, compondo os custos de um novo produto ou serviço.

Pela teoria finalista mitigada/aprofundada, a qual vem sendo aplicada pelo STJ, existem situações específicas que demandam o abrandamento da teoria explicada imediatamente acima. O fator justificante é a vulnerabilidade demonstrada pelo adquirente (mesmo sem ser destinatário final) de determinado bem/serviço frente ao fornecedor.

A vulnerabilidade mencionada poderá ser técnica, jurídica, fática ou informacional. Pela primeira, entende-se a ausência de conhecimento específico sobre o produto/serviço. A vulnerabilidade jurídica, por sua vez, consubstancia-se na falta de conhecimento contábil, econômico ou jurídico. Pela vulnerabilidade fática existem situações em que a insuficiência econômica, física ou psicológica do consumidor o coloca em situações de desigualdade frente ao fornecedor. Por fim, a vulnerabilidade informacional se dá quando o consumidor não possui informações suficientes para decidir se compra ou não o produto/serviço.

Desta forma, diante da vulnerabilidade técnica existente entre as sociedades empresariais litigantes, as alegações da ré não devem ser acolhidas.

Resposta #003219

Por: **Jack Bauer** 28 de Outubro de 2017 às 20:04

Como cediço, o STJ adota para fins conceituais de consumidor (art. 2º do CDC) a teoria finalista mitigada, ou seja, é consumidor o destinatário final do produto ou serviço, desde que não seja insumo em sua cadeia produtiva, podendo perfeitamente uma empresa ser consumidora.

No caso narrado, há sim relação de consumo tutelável sob o CDC, pois há notória hipossuficiência técnica da revendedora de veículos em face da empresa de telefonia. Além disso, os defeitos nas linhas telefônicas inviabilizaram os efeitos dos anúncios publicitários, razão pela qual gerou danos tutelados pelo CDC.

Em conclusão, as alegações da ré não merecem ser acolhidas, pois o STJ adota a teoria finalista mitigada, sendo a empresa revendedora de veículos consumidora, por hipossuficiência técnica.