



**CENTRO UNIVERSITÁRIO LS**  
**GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**RAILDA DOS SANTOS**  
**LUCAS LOPES FERREIRA**

**VULNERABILIDADE DAS PESSOAS JURÍDICAS NO DIREITO DO  
CONSUMIDOR: TEORIA FINALISTA MITIGADA ADOTADA PELO STJ**

**Brasília/DF**  
**2024**

Railda dos santos

Lucas Lopes Ferreira

**VULNERABILIDADE DAS PESSOAS JURÍDICAS NO DIREITO DO  
CONSUMIDOR: TEORIA FINALISTA MITIGADA ADOTADA PELO STJ**

Artigo apresentado como requisito parcial  
para obtenção do título de Bacharel em  
Direito, pelo Curso de Graduação em  
Direito do Centro Universitário (UniLS).

Orientador(a): Viviane da Silva Bernardes

Brasília

2024

# **VULNERABILIDADE DAS PESSOAS JURÍDICAS NO DIREITO DO CONSUMIDOR: TEORIA FINALISTA MITIGADA ADOTADA PELO STJ**

Railda dos santos

Lucas Lopes Ferreira

**Resumo:** Este trabalho abordou a evolução das teorias finalista e finalista mitigada no Direito do Consumidor, com foco na proteção das pessoas jurídicas. A Teoria Finalista tradicional estabelece que apenas consumidores individuais podem invocar as normas protetivas do Código de Defesa do Consumidor (CDC), excluindo relações entre empresas ou quando os produtos são adquiridos para uso empresarial. Em contraste, a Teoria Finalista Mitigada amplia essa proteção ao reconhecer que empresas, especialmente as de menor porte, podem ser consideradas consumidoras em situações de vulnerabilidade técnica, econômica ou informacional. Essa abordagem flexível tem sido moldada pela jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça (STJ), que estabelece critérios para determinar quando uma empresa pode ser destinatária final nos termos do CDC. A diferenciação entre as duas teorias reside na interpretação do conceito de destinatário final e na consideração da vulnerabilidade das empresas compradoras frente a grandes fornecedores. A Teoria Finalista Mitigada visa equilibrar as relações de consumo, protegendo as empresas de práticas comerciais abusivas e garantindo a efetividade das normas de proteção ao consumidor. A adaptação dessas teorias às novas realidades do mercado globalizado e digital é essencial para manter a relevância do Direito do Consumidor como instrumento de justiça social e econômica.

**Palavras-chave:** teoria finalista; teoria finalista mitigada; direito do consumidor; pessoas jurídicas; Superior Tribunal de Justiça.

## **1INTRODUÇÃO**

O Direito do Consumidor no Brasil desempenha um papel fundamental na proteção dos direitos dos consumidores, oferecendo mecanismos para equilibrar as relações entre consumidores e fornecedores. Dentro deste campo, um dos temas que gera considerável debate é a vulnerabilidade das pessoas jurídicas, particularmente no contexto da Teoria Finalista Mitigada adotada pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ). Essa teoria busca assegurar que determinadas empresas, especialmente as de pequeno porte, possam ser equiparadas a consumidores em certas circunstâncias, garantindo-lhes a proteção conferida pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). Esta introdução examina os fundamentos e implicações dessa teoria, com base em referências acadêmicas que discutem vulnerabilidade e proteção de grupos em diferentes contextos legais e sociais.

A Teoria Finalista Mitigada surge como uma evolução da Teoria Finalista Pura, que restringe o conceito de consumidor às pessoas físicas ou jurídicas que adquirem produtos ou serviços como destinatários finais. Entretanto, o STJ tem reconhecido que algumas empresas, apesar de serem pessoas jurídicas, encontram-se em posição de vulnerabilidade similar à dos consumidores finais, justificando a aplicação do CDC para assegurar uma proteção justa e adequada (Simas et al., 2020). Este entendimento se baseia na percepção de que a vulnerabilidade não se limita à figura do consumidor individual, mas pode também abranger pequenas e médias empresas que, em determinadas circunstâncias, possuem uma capacidade econômica e técnica inferior à de seus fornecedores.

A decisão do STJ de adotar a Teoria Finalista Mitigada tem como objetivo proporcionar um tratamento mais equitativo nas relações de consumo, reconhecendo que a vulnerabilidade pode ser circunstancial e não apenas inerente ao status de pessoa física ou jurídica. A proteção ao consumidor, neste contexto, é ampliada para incluir situações onde a assimetria de informação e poder entre as partes é evidente, mesmo que o comprador seja uma pessoa jurídica. Assim, empresas de menor porte, muitas vezes, se encontram em desvantagem frente a grandes fornecedores, necessitando da proteção do CDC para equilibrar essa relação (Borba; Leite, 2023).

Além disso, a aplicação dessa teoria requer uma análise cuidadosa de cada caso concreto, considerando fatores como o porte da empresa, sua dependência econômica do fornecedor, e a natureza do produto ou serviço adquirido. Esta análise detalhada é crucial para evitar abusos e garantir que apenas aquelas empresas verdadeiramente vulneráveis se beneficiem da proteção do CDC. Este cuidado na aplicação da teoria reforça a necessidade de um judiciário atento e sensível às nuances das relações de consumo, promovendo um equilíbrio adequado entre proteção e responsabilidade (Ferreira, 2020).

## **1.1 Problema**

A aplicação da Teoria Finalista Mitigada no Direito do Consumidor brasileiro suscita diversas questões jurídicas e práticas que merecem uma análise aprofundada. Embora essa teoria tenha sido adotada pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) com o intuito de ampliar a proteção conferida pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) a pequenas e médias empresas, a sua implementação não está isenta de

controvérsias.

A questão da interpretação judicial também é central neste problema de pesquisa. A subjetividade envolvida na determinação da vulnerabilidade pode levar a decisões divergentes entre diferentes tribunais, resultando em uma jurisprudência inconsistente. A ausência de parâmetros claros pode gerar incertezas e dificultar a previsibilidade das decisões judiciais, fundamentais para a segurança jurídica e para o planejamento das atividades empresariais (Miranda et al., 2023). Assim, a padronização dos critérios para aplicação da Teoria Finalista Mitigada é uma questão que necessita de atenção para garantir um judiciário mais coeso e previsível.

Diante dessas considerações, a pergunta que norteia este problema de pesquisa é: Como a aplicação da Teoria Finalista Mitigada pelo STJ pode garantir uma proteção justa e eficaz às pequenas e médias empresas, sem comprometer a segurança jurídica e a previsibilidade nas relações de consumo?

Esta pergunta busca explorar os desafios e as implicações da aplicação dessa teoria no contexto do Direito do Consumidor brasileiro. A análise envolve a avaliação dos critérios utilizados pelo judiciário para determinar a vulnerabilidade, os impactos econômicos e jurídicos dessa proteção ampliada, e as possíveis medidas para harmonizar a aplicação da Teoria Finalista Mitigada com os princípios fundamentais do CDC (Ferreira, 2020). A resposta a esta pergunta pode fornecer insights valiosos para aprimorar a proteção das pequenas e médias empresas, promovendo um equilíbrio adequado entre proteção e segurança jurídica no mercado.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a aplicação da Teoria Finalista Mitigada pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) no contexto do Direito do Consumidor brasileiro, investigando como essa abordagem pode garantir uma proteção justa e eficaz às pequenas e médias empresas, sem comprometer a segurança jurídica e a previsibilidade das relações de consumo.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- a) Examinar a Evolução Histórica e Jurídica da Teoria Finalista Mitigada:

- b) Identificar Critérios de Vulnerabilidade Aplicados pelo STJ
- c) Avaliar os Impactos Econômicos e Jurídicos da Teoria Finalista Mitigada:

### **1.3 Justificativa**

A justificativa para a realização desta pesquisa sobre a aplicação da Teoria Finalista Mitigada pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) no Direito do Consumidor brasileiro está fundamentada em diversas considerações jurídicas, econômicas e sociais que demonstram a relevância e a necessidade de um estudo aprofundado sobre o tema.

Além disso, a análise da Teoria Finalista Mitigada é importante para identificar e resolver possíveis inconsistências e ambiguidades na aplicação dessa abordagem pelo judiciário. A falta de critérios claros e objetivos para determinar a vulnerabilidade das pequenas e médias empresas pode resultar em decisões judiciais divergentes e imprevisíveis, comprometendo a segurança jurídica. Uma pesquisa que investigue os parâmetros utilizados pelo STJ para aplicar essa teoria pode contribuir significativamente para a padronização da jurisprudência, promovendo maior coesão e previsibilidade nas decisões judiciais (Ferreira et al., 2021).

Outro aspecto fundamental é o impacto econômico da aplicação da Teoria Finalista Mitigada. Pequenas e médias empresas desempenham um papel crucial na economia brasileira, representando uma parcela significativa da geração de empregos e da atividade econômica. A proteção dessas empresas contra práticas comerciais abusivas não apenas garante sua sobrevivência, mas também contribui para um ambiente de negócios mais justo e competitivo, incentivando o desenvolvimento econômico sustentável (Miranda et al., 2023). Portanto, investigar como a aplicação dessa teoria pode influenciar o comportamento dos grandes fornecedores e as dinâmicas do mercado é essencial para compreender seus benefícios e possíveis desafios.

A análise crítica da aplicação da Teoria Finalista Mitigada também é fundamental para evitar possíveis abusos e distorções na proteção das pequenas e médias empresas. A aplicação indiscriminada dessa teoria pode levar a uma sobrecarga no sistema de proteção ao consumidor, diluindo o conceito original de consumidor e criando um ambiente de incerteza jurídica. Portanto, é crucial desenvolver critérios claros e objetivos para a aplicação dessa teoria, assegurando

que a proteção seja concedida apenas às empresas que realmente necessitam, evitando abusos e garantindo a eficácia do CDC (Ferreira et al., 2020).

Finalmente, a pesquisa sobre a Teoria Finalista Mitigada é essencial para promover um entendimento mais amplo e contextualizado do Direito do Consumidor. A evolução das relações de consumo no mercado moderno exige uma abordagem jurídica que seja capaz de responder às novas demandas e desafios. A análise dessa teoria permite explorar as interseções entre o Direito do Consumidor e outros ramos do Direito, como o Direito Empresarial, promovendo uma integração que fortaleça a proteção das partes vulneráveis e assegure a justiça e a equidade nas relações comerciais (Matos, 2020).

## **2FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 INTRODUÇÃO AO DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL**

Previsto pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), o conceito consumidor é a designação que abrange tanto pessoas físicas quanto jurídicas que comprem produtos ou utilizam serviços como destinatários finais:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

O surgimento do Direito do Consumidor como disciplina jurídica específica no Brasil está intimamente ligado às transformações sociais, econômicas e políticas do século XX. Antes da promulgação do CDC, as relações de consumo eram reguladas de forma dispersa e fragmentada, com pouca proteção aos consumidores diante das práticas abusivas das empresas (Efig; Britto, 2021).

A partir dessa demanda social crescente, iniciaram-se os debates e estudos que culminaram na elaboração de um marco regulatório específico para as relações de consumo. A experiência de outros países, como Estados Unidos e alguns países europeus que já possuíam legislações consolidadas nesse sentido, serviu de inspiração e referência para os legisladores brasileiros na formulação do novo código (Joelsons et al., 2021).

Durante as décadas de 1970 e 1980, observou-se um aumento significativo no número de reclamações e denúncias por parte dos consumidores, que se sentiam

desprotegidos e vulneráveis diante de produtos defeituosos, serviços mal prestados e práticas comerciais enganosas. Esse cenário refletia um desequilíbrio de poder entre consumidores e fornecedores, o que motivou movimentos sociais e acadêmicos a pressionar por uma legislação mais rigorosa de proteção ao consumidor (Dahinten; Dahinten, 2021).

Conquanto o direito do consumidor tenha vislumbrado um equilíbrio entre as partes ainda podemos falar em vulnerabilidade, a Teoria Finalista designa consumidor aquele que obtém serviços ou bens para uso pessoal, realçando sua vulnerabilidade em relação ao fornecedor e garantindo uma proteção legal direcionada a quem não busca fins lucrativos. Não obstante, a Teoria Maximalista dilata essa definição, concebendo como consumidor qualquer pessoa ou entidade que adquira um produto, independentemente da destinação econômica, refletindo a diversidade das relações de consumo. No que lhe respeita, a Teoria Finalista Mitigada introduz uma análise mais contextualizada, abrangendo e permitindo que o judiciário reconheça e proteja situações de vulnerabilidade real, estimulando equilíbrio entre as partes.

A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça (STJ) desempenhou um papel crucial na consolidação da Teoria Finalista Mitigada. Em diversos julgados, o STJ reconheceu que determinadas pessoas jurídicas, especialmente aquelas de pequeno porte ou microempresas, podem ser consideradas consumidoras finais em situações específicas. Este reconhecimento se deu a partir de uma interpretação mais ampla e flexível do conceito de consumidor, levando em conta a vulnerabilidade econômica, técnica ou informacional dessas entidades (Miranda et al., 2023). Assim, a mitigação do conceito finalista visa proporcionar uma proteção mais justa e equânime, ajustando-se à realidade das relações de consumo no Brasil.

Um exemplo marcante dessa evolução é a decisão do STJ no Recurso Especial nº 1.195.642, onde se discutiu a aplicação do CDC a uma microempresa que adquiriu um produto defeituoso para uso próprio em sua atividade empresarial. O tribunal entendeu que a microempresa, devido ao seu porte e capacidade econômica limitada, deveria ser tratada como consumidora final para fins de proteção legal, reconhecendo a sua vulnerabilidade frente ao fornecedor (Ferreira, 2020). Essa decisão marcou um precedente importante na jurisprudência brasileira, reforçando a necessidade de uma interpretação mais inclusiva do conceito de consumidor.

A Teoria Finalista Mitigada também encontra suporte em princípios fundamentais do Direito do Consumidor, como o princípio da vulnerabilidade e o

princípio da boa-fé. O princípio da vulnerabilidade reconhece que o consumidor, ou qualquer parte em posição de desvantagem, merece proteção especial para garantir o equilíbrio nas relações de consumo. Já o princípio da boa-fé impõe que as relações contratuais sejam pautadas por honestidade, transparência e lealdade, evitando práticas abusivas e desleais (Ferreira et al., 2020). Ao aplicar esses princípios, o STJ reforça a necessidade de proteção ampliada a todas as partes vulneráveis, independentemente de sua natureza jurídica.

Em síntese, a origem da Teoria Finalista Mitigada no Direito do Consumidor brasileiro está profundamente enraizada na necessidade de adaptar a proteção legal às realidades contemporâneas do mercado. A evolução jurisprudencial do STJ, ao reconhecer a vulnerabilidade das pequenas e médias empresas, reflete um compromisso com a justiça e a equidade nas relações de consumo. Esta teoria, ao ampliar a proteção do CDC para incluir pessoas jurídicas vulneráveis, promove um ambiente de negócios mais justo e equilibrado, essencial para o desenvolvimento econômico sustentável do Brasil (Borba; Leite, 2023).

A adoção da Teoria Finalista Mitigada é, portanto, um avanço significativo na jurisprudência brasileira, demonstrando a capacidade do sistema jurídico de evoluir e se adaptar às novas demandas sociais e econômicas. Esta evolução é fundamental para garantir que o Direito do Consumidor continue a desempenhar seu papel protetivo e regulador, assegurando que todas as partes vulneráveis, independentemente de sua natureza jurídica, recebam a proteção necessária para equilibrar as relações de consumo (Ferreira et al., 2021).

A globalização e o avanço das tecnologias de informação e comunicação (TICs) trouxeram novos desafios e oportunidades para a proteção do consumidor, exigindo adaptações e atualizações constantes das normativas vigentes (Afonso, 2020). Com o advento do comércio eletrônico e o aumento das transações realizadas via internet, surgiram novas demandas e problemas jurídicos que demandaram a aplicação e adaptação do CDC às realidades digitais. Questões como proteção de dados pessoais, segurança nas transações online e responsabilidade dos fornecedores ganharam destaque na agenda jurídica nacional, refletindo a necessidade de uma proteção ampliada e eficaz para os consumidores digitais (Miragem, 2021).

Nesse contexto, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), em vigor desde setembro de 2020, representou um avanço significativo para a proteção dos dados pessoais dos consumidores brasileiros. A LGPD estabelece diretrizes claras

sobre a coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados pessoais, promovendo maior transparência e controle por parte dos consumidores sobre suas informações pessoais (Atz et al., 2023).

A complexidade das relações de consumo na era digital também trouxe à tona debates sobre a vulnerabilidade dos consumidores frente às práticas abusivas de grandes plataformas e empresas multinacionais. A dogmática do Direito do Consumidor tem sido constantemente revisada e adaptada para enfrentar esses novos desafios, buscando equilibrar a proteção dos consumidores com a promoção de um ambiente de negócios favorável ao desenvolvimento econômico e tecnológico (Marques; Mucelin, 2022).

Diante dessas transformações, é fundamental compreender como o Direito do Consumidor no Brasil evoluiu ao longo das décadas, adaptando-se às novas realidades econômicas e sociais. A jurisprudência dos tribunais superiores, em especial do Superior Tribunal de Justiça (STJ), desempenha um papel crucial na interpretação e aplicação do CDC, garantindo a efetividade dos direitos assegurados aos consumidores (Khoury, 2022).

Desde sua promulgação, o CDC passou por diversas alterações e atualizações para adaptar-se às novas realidades sociais, econômicas e tecnológicas do país. Essas modificações visaram fortalecer a proteção ao consumidor, corrigir lacunas na legislação e promover um ambiente de consumo mais justo e equitativo. Entre as principais atualizações, destacam-se as seguintes:

- a) **Lei nº 8.078/1990:** Promulgada em 11 de setembro de 1990, estabeleceu as bases do CDC, consolidando os direitos básicos dos consumidores e os princípios gerais que regem as relações de consumo no país.
- b) **Lei nº 8.656/1993:** Introduziu importantes modificações no CDC, ampliando os direitos dos consumidores em áreas como serviços públicos essenciais, práticas comerciais abusivas e publicidade enganosa.
- c) **Lei nº 9.870/1999:** Regulou a aplicação de multas e penalidades às instituições de ensino superior que praticassem condutas abusivas contra os estudantes consumidores.
- d) **Lei nº 12.291/2010:** Estabeleceu a obrigatoriedade de informação sobre a origem dos produtos e serviços oferecidos ao consumidor, visando aumentar a

transparência nas relações de consumo.

- e) **Lei nº 13.486/2017**: Modificou o CDC para incluir regras específicas sobre a desistência de compra de imóveis na planta, garantindo maior proteção aos consumidores nesse segmento.

A colaboração com organismos internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização Mundial do Comércio (OMC), tem sido fundamental para a elaboração de diretrizes e boas práticas que orientam as políticas públicas de proteção ao consumidor no Brasil. Essa cooperação internacional fortalece a posição do país no cenário global e contribui para a evolução constante do Direito do Consumidor (Khoury, 2022).

#### a) **Conceitos Fundamentais do Direito do Consumidor**

Para compreender adequadamente o Direito do Consumidor no contexto brasileiro, é essencial explorar os conceitos fundamentais que norteiam essa área do direito. O Direito do Consumidor é uma disciplina jurídica que visa proteger os indivíduos em suas relações de consumo, equilibrando o poder entre fornecedores e consumidores e assegurando a efetividade dos direitos previstos em normas específicas, como o Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Um dos pilares do Direito do Consumidor é o princípio da vulnerabilidade, que reconhece a posição de fragilidade do consumidor diante do fornecedor. Segundo Khouri (2022), a vulnerabilidade pode ser entendida como a condição na qual o consumidor se encontra em desvantagem econômica, técnica, jurídica ou informacional, seja devido à sua condição pessoal, social ou econômica. Esse princípio fundamenta diversas normas de proteção ao consumidor, como a facilitação da defesa dos seus direitos em juízo e a inversão do ônus da prova em seu favor em determinadas situações.

No âmbito das relações de consumo, a boa-fé objetiva também desempenha um papel crucial. Conforme observado por Barletta (2020), a boa-fé é um princípio que impõe às partes envolvidas nas relações contratuais e consumeristas o dever de agir de maneira leal, honesta e transparente. A aplicação deste princípio busca evitar práticas abusivas por parte dos fornecedores e promover a confiança e a segurança nas transações comerciais.

A defesa dos direitos básicos do consumidor é outro aspecto central do CDC.

Estes direitos, elencados no artigo 6º do código, incluem a proteção contra práticas abusivas, a informação adequada e clara sobre produtos e serviços, a garantia de segurança, a proteção contra publicidade enganosa e abusiva, entre outros. Esses direitos visam assegurar que o consumidor tenha acesso a informações suficientes para tomar decisões conscientes e evitar prejuízos decorrentes de práticas comerciais desleais (Guimarães; Henrique, 2023).

Para expandir sobre a importância dos conceitos fundamentais do Direito do Consumidor no Brasil, é essencial explorar como esses princípios não apenas protegem os consumidores, mas também promovem um ambiente econômico mais justo e equilibrado. Este campo do direito desempenha um papel crucial na sociedade contemporânea, garantindo direitos básicos e proporcionando mecanismos para corrigir desigualdades nas relações de consumo.

A importância da proteção do consumidor vai além da esfera individual, alcançando repercussões econômicas significativas. Em uma economia de mercado, onde o consumo é um dos motores do crescimento, a confiança dos consumidores é essencial para o funcionamento saudável do sistema econômico. Marques e Mucelin (2022) destacam que um consumidor bem informado e protegido tende a ser mais propenso a participar ativamente do mercado, aumentando a demanda por produtos e serviços e contribuindo para o desenvolvimento econômico.

Além disso, a existência de normas claras e eficazes de proteção ao consumidor também promove a concorrência leal entre os fornecedores. Em um ambiente regulatório onde os direitos dos consumidores são respeitados e fiscalizados, as empresas são incentivadas a competir não apenas com base no preço, mas também na qualidade e na transparência de suas práticas comerciais (Miragem, 2021). Isso cria um ambiente favorável para a inovação e melhoria contínua dos produtos e serviços oferecidos aos consumidores.

No contexto globalizado e digitalizado atual, a importância do Direito do Consumidor se amplia ainda mais. Com o crescimento do comércio eletrônico e a expansão das transações online, surgem novos desafios e oportunidades para a proteção dos consumidores. Segundo Atz et al. (2023), a digitalização da economia trouxe à tona questões relacionadas à segurança digital, privacidade dos dados pessoais e proteção contra fraudes eletrônicas, exigindo uma adaptação constante das normas consumeristas às novas realidades tecnológicas.

No contexto jurídico brasileiro, a evolução do Direito do Consumidor tem sido

marcada por avanços significativos na legislação e na jurisprudência. A introdução de novas normas, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), exemplifica o compromisso do Brasil em alinhar suas políticas de proteção ao consumidor com padrões internacionais de segurança e privacidade (Efling; Britto, 2021). Essa legislação não apenas fortalece os direitos dos consumidores em ambientes digitais, mas também estabelece diretrizes claras para as empresas, promovendo a confiança do consumidor no uso de tecnologias digitais.

Além disso, a importância do Direito do Consumidor também se manifesta na sua capacidade de adaptar-se às mudanças sociais e econômicas. Com o surgimento de novos modelos de negócios e práticas comerciais, como a economia compartilhada exemplificada por plataformas como Uber e Airbnb, surgem novos desafios para a regulamentação e proteção dos consumidores (Barletta, 2020). A capacidade do Direito do Consumidor de evoluir e se adaptar a essas novas realidades é crucial para garantir que os consumidores continuem a ser protegidos eficazmente

#### **b) Origem e Evolução do Código de Defesa do Consumidor**

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) representa um marco legislativo no Brasil, criado para proteger os direitos dos consumidores em face das práticas abusivas e desequilibradas por parte dos fornecedores. Sua origem remonta à década de 1980, um período marcado pela redemocratização do país e pela emergência de movimentos sociais que buscavam ampliar os direitos civis e sociais. A promulgação do CDC, em 11 de setembro de 1990, trouxe consigo uma mudança significativa no panorama jurídico brasileiro, estabelecendo normas claras e direitos fundamentais para os consumidores (Simas et al., 2020).

Antes da criação do CDC, o ordenamento jurídico brasileiro carecia de uma legislação específica voltada para a proteção dos consumidores. As relações de consumo eram regidas pelo Código Civil de 1916, que não contemplava de forma adequada as novas dinâmicas e relações sociais emergentes na sociedade brasileira. A ausência de normas específicas deixava os consumidores em posição de vulnerabilidade diante das práticas abusivas por parte dos fornecedores, sem mecanismos eficazes para reparação de danos e defesa de seus direitos (Efling; Britto, 2021).

A consolidação do CDC como uma legislação eficaz e relevante para o contexto

brasileiro foi acompanhada pela sua adaptação aos princípios constitucionais, especialmente aqueles relacionados à defesa do consumidor como direito fundamental. O Supremo Tribunal Federal (STF) teve papel fundamental na consolidação da interpretação constitucional do CDC, garantindo sua aplicação conforme os princípios da dignidade da pessoa humana, da igualdade e da justiça social (Miragem, 2021).

A evolução do CDC reflete não apenas a transformação das relações de consumo no Brasil, mas também a capacidade do ordenamento jurídico de se adaptar às novas demandas e desafios da sociedade contemporânea. A legislação continua a ser um instrumento essencial para proteger os consumidores contra abusos e práticas comerciais desleais, contribuindo para um ambiente de consumo mais seguro, justo e equitativo (Atz et al., 2023).

Para expandir sobre as atitudes que levaram à criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) no Brasil, é fundamental explorar os contextos político, social e econômico que moldaram a necessidade e a demanda por uma legislação específica para proteger os consumidores. Este código não surgiu de maneira isolada ou por acaso, mas como resultado de uma série de eventos e movimentos que destacaram a vulnerabilidade dos consumidores frente às práticas abusivas de fornecedores e a falta de instrumentos legais eficazes para protegê-los.

A inflação alta e a crise econômica da época exacerbaram as condições de desigualdade social no país, aumentando a vulnerabilidade dos consumidores diante de práticas comerciais abusivas. Foi nesse contexto que surgiram iniciativas da sociedade civil organizada, movimentos acadêmicos e juristas que começaram a pressionar por uma legislação que garantisse direitos mais efetivos aos consumidores brasileiros (Efing & Britto, 2021).

A necessidade de proteção dos consumidores foi amplamente evidenciada por casos emblemáticos de abusos por parte de empresas e fornecedores, que exploravam a falta de regulamentação específica para suas práticas comerciais. Consumidores frequentemente enfrentavam dificuldades para reclamar de produtos defeituosos, serviços mal prestados ou publicidade enganosa, sem encontrar respaldo adequado nos instrumentos legais disponíveis na época (Dahinten; Dahinten, 2021).

Os debates em torno da criação do CDC foram intensos e multidisciplinares. Acadêmicos das áreas de direito, economia e sociologia, juntamente com ativistas dos direitos do consumidor, contribuíram significativamente para a formulação de um

projeto de lei que refletisse as demandas da sociedade por uma proteção jurídica mais robusta e equitativa. Esse movimento culminou na elaboração do anteprojeto do CDC, que posteriormente foi discutido e aprimorado no Congresso Nacional até sua aprovação final em 1990 (Joelsons et al., 2021).

A legislação do CDC não se limitou apenas a transpor diretrizes internacionais ou modelos estrangeiros, mas buscou adaptar-se às especificidades do contexto brasileiro, levando em consideração as desigualdades sociais e econômicas existentes. Um dos princípios fundamentais do CDC é o da dignidade da pessoa humana, que orienta a proteção dos consumidores não apenas como detentores de direitos individuais, mas como sujeitos de direitos fundamentais que merecem respeito e consideração nas relações de consumo (Afonso, 2020).

A trajetória legislativa do CDC reflete um compromisso contínuo com a melhoria das condições de vida e a defesa dos direitos dos consumidores no Brasil. Ao longo dos anos, o código passou por ajustes e atualizações para lidar com novos desafios, como o avanço das tecnologias digitais e o comércio eletrônico. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), por exemplo, representa um complemento importante ao CDC, fortalecendo a proteção dos dados pessoais dos consumidores e alinhando-se aos princípios de transparência e segurança nas relações comerciais (Atz et al., 2023).

## **2.2 A TEORIA FINALISTA E A TEORIA FINALISTA MITIGADA**

A Teoria Finalista é um conceito fundamental no Direito do Consumidor, estabelecendo critérios para a aplicação das normas protetivas previstas no Código de Defesa do Consumidor (CDC). Segundo esta teoria, para que uma pessoa seja considerada consumidora, é necessário que ela adquira produtos ou serviços como destinatária final, não os utilizando como insumo para outra atividade econômica (Melo; Sousa, 2023). Esta abordagem busca delimitar o âmbito de aplicação do CDC, excluindo relações comerciais entre empresas e aquelas em que o consumidor adquire bens ou serviços para revenda ou utilização em suas próprias atividades produtivas.

A evolução da Teoria Finalista Mitigada está intimamente ligada à interpretação jurisprudencial, particularmente pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), que tem sido o principal órgão responsável por desenvolver e consolidar esse conceito no ordenamento jurídico brasileiro (Miguel, 2021). O STJ tem reconhecido que, em

algumas situações, pequenas e médias empresas podem ser consideradas hipossuficientes diante de grandes fornecedores, especialmente quando se trata de contratos complexos ou que envolvem a aquisição de tecnologias específicas.

Um exemplo claro dessa aplicação pode ser observado em contratos de licenciamento de uso de software entre pessoas jurídicas. Nessas situações, embora ambas as partes sejam empresas, a assimetria de conhecimento técnico e a dependência em relação ao fornecedor podem tornar a empresa adquirente vulnerável às cláusulas contratuais abusivas ou desequilibradas (Souza; Silva, 2023). Nesses casos, a Teoria Finalista Mitigada permite que o CDC seja aplicado de forma a proteger a parte considerada mais frágil na relação, mesmo que seja uma pessoa jurídica.

Ademais, a questão da publicidade enganosa também ilustra a necessidade de uma aplicação flexível da Teoria Finalista. Em um cenário cada vez mais digital, a publicidade nas redes sociais e outros meios digitais pode impactar não apenas consumidores individuais, mas também empresas que dependem da boa-fé e da veracidade das informações veiculadas para tomar decisões estratégicas (Vasconcelos, 2023). A vulnerabilidade das pessoas jurídicas frente a práticas publicitárias enganosas evidencia a relevância de uma interpretação ampliada do conceito de consumidor, alinhada com os princípios de proteção e equidade previstos no CDC.

A aplicação da Teoria Finalista Mitigada não se limita apenas a situações contratuais, mas também se estende a casos de responsabilidade pelo vício do produto ou serviço. Empresas que adquirem produtos defeituosos para uso próprio podem ser consideradas consumidoras, desde que não os utilizem como parte de seu processo produtivo (Santos, 2020). Essa interpretação ampliada busca garantir que todas as partes envolvidas em uma relação de consumo estejam protegidas contra práticas abusivas ou falhas na prestação de serviços.

A Teoria Finalista, originalmente concebida para delimitar o campo de aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelece que apenas a pessoa física que adquire produtos ou serviços como destinatário final, ou seja, para consumo próprio, pode ser considerada consumidora. Essa abordagem surgiu com o intuito de proteger o consumidor vulnerável de práticas comerciais abusivas e assegurar a efetividade das normas protetivas previstas na legislação consumerista (Simas et al., 2020). Segundo essa perspectiva restritiva, as relações comerciais entre

empresas ou aquelas em que o produto ou serviço é adquirido para uso em atividades empresariais não se enquadram no conceito de consumo previsto pelo CDC.

Por outro lado, a Teoria Finalista Mitigada representa uma evolução dessa concepção inicial, reconhecendo que, em certas circunstâncias, pessoas jurídicas também podem ser consideradas consumidoras. Essa mitigação da Teoria Finalista é necessária para adequar o direito à realidade econômica e social contemporânea, onde pequenas e médias empresas muitas vezes se encontram em situação de vulnerabilidade frente a grandes fornecedores ou em contratos complexos (Melo; Sousa, 2023). Dessa forma, a Teoria Finalista Mitigada permite uma aplicação mais ampla do CDC, garantindo que também empresas possam se beneficiar das normas de proteção ao consumidor quando estiverem em uma posição de desvantagem nas relações de consumo.

Um dos pontos cruciais de divergência entre as duas teorias reside na interpretação do conceito de destinatário final. Enquanto a Teoria Finalista tradicional enfatiza o consumo individual e pessoal, a Teoria Finalista Mitigada amplia essa compreensão para incluir situações em que a pessoa jurídica adquire bens ou serviços para uso próprio, não como insumo para sua atividade empresarial principal (Miguel, 2021). Essa distinção é crucial para determinar se a empresa pode ou não ser considerada consumidora nos termos do CDC, influenciando diretamente a extensão da proteção legal que ela pode invocar em caso de litígios consumeristas.

Além disso, a Teoria Finalista Mitigada considera a vulnerabilidade técnica e econômica das pessoas jurídicas, especialmente aquelas de menor porte, como um critério relevante para a aplicação das normas de consumo. Em contratos que envolvem tecnologia avançada ou conhecimento especializado, por exemplo, uma empresa compradora pode não ter o mesmo nível de expertise que o fornecedor, o que pode resultar em cláusulas contratuais desvantajosas ou até abusivas (Souza; Silva, 2023). Nesses casos, a mitigação da Teoria Finalista permite ao juiz reconhecer a vulnerabilidade da empresa compradora e aplicar as normas do CDC para protegê-la contra práticas comerciais desleais.

A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça (STJ) tem desempenhado um papel crucial na definição e aplicação da Teoria Finalista Mitigada. Através de decisões emblemáticas, o STJ tem estabelecido critérios claros para identificar situações em que a empresa pode ser considerada consumidora e, portanto, beneficiária das normas de defesa do consumidor (Santos, 2020). Essa jurisprudência

tem evoluído para acompanhar as transformações no mercado e na sociedade, garantindo que a proteção conferida pelo CDC seja adaptada às novas realidades comerciais e tecnológicas.

Outro aspecto relevante na diferenciação entre as duas teorias é a abordagem em relação aos contratos de adesão. Esses contratos, com cláusulas pré-redigidas pelo fornecedor e impostas ao consumidor de maneira unilateral, frequentemente colocam o consumidor em uma posição de desvantagem significativa. A Teoria Finalista Mitigada reconhece que essa desvantagem não se restringe apenas aos consumidores individuais, mas também pode afetar pequenas empresas que, por falta de poder de negociação ou conhecimento técnico, são compelidas a aceitar condições contratuais abusivas (Santos et al., 2022). Assim, a mitigação permite estender a proteção do CDC a essas empresas, assegurando que não sejam exploradas por práticas comerciais desleais ou cláusulas contratuais abusivas.

É importante notar que, embora a Teoria Finalista Mitigada represente um avanço significativo na proteção das pessoas jurídicas, sua aplicação não deve ser indiscriminada. A mitigação deve ocorrer de maneira equilibrada e proporcional, levando em consideração as especificidades de cada caso e garantindo que a interpretação do CDC seja coerente com seus objetivos de proteção ao consumidor (Fonseca, 2023). Isso significa que nem todas as relações jurídicas entre empresas serão passíveis de aplicação das normas consumeristas, especialmente aquelas em que não há assimetria de poder ou vulnerabilidade clara por parte da empresa compradora.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A metodologia adotada para esta pesquisa sobre a aplicação da Teoria Finalista Mitigada pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) no Direito do Consumidor brasileiro envolverá uma abordagem qualitativa, com a utilização de métodos de pesquisa bibliográfica, documental e análise de casos. Esta combinação permitirá uma compreensão abrangente e detalhada do tema, proporcionando uma base sólida para a análise crítica e a proposição de melhorias no sistema jurídico.

A primeira etapa da metodologia consiste em uma revisão bibliográfica abrangente, que visa identificar e analisar as principais obras, artigos acadêmicos, teses e dissertações sobre a Teoria Finalista Mitigada e o Direito do Consumidor no

Brasil. Essa revisão incluirá a análise de textos fundamentais de autores reconhecidos na área, além de estudos recentes que abordem a evolução e a aplicação dessa teoria (Simas et al., 2020). A pesquisa bibliográfica permitirá construir um referencial teórico robusto, essencial para a compreensão dos conceitos e das discussões que permeiam o tema.

Para garantir uma revisão bibliográfica completa, serão utilizadas bases de dados acadêmicas como Scielo, Google Scholar, CAPES, e outros repositórios de teses e dissertações. A seleção das fontes será baseada em critérios de relevância, atualidade e pertinência ao tema, assegurando que a revisão abranja as contribuições mais significativas para a área de estudo (Borba; Leite, 2023). A revisão bibliográfica também permitirá identificar as lacunas existentes na literatura, orientando o desenvolvimento dos objetivos específicos da pesquisa.

A segunda etapa envolve a pesquisa documental, que será focada na análise de legislações, decisões judiciais e documentos oficiais relacionados à Teoria Finalista Mitigada e ao Direito do Consumidor. A análise de documentos legais e jurisprudenciais é fundamental para compreender como o STJ tem aplicado essa teoria na prática e quais são os critérios utilizados para determinar a vulnerabilidade das pequenas e médias empresas (Ferreira et al., 2021). Essa etapa incluirá a coleta e análise de julgados relevantes, com especial atenção aos precedentes que consolidaram a adoção da Teoria Finalista Mitigada.

A pesquisa documental será realizada através de consultas a bancos de dados jurídicos, como o JusBrasil, LexML, e os repositórios de jurisprudência dos tribunais brasileiros. Serão selecionados casos emblemáticos e decisões recentes que exemplifiquem a aplicação da teoria pelo STJ, permitindo uma análise crítica dos critérios e das justificativas utilizadas pelos magistrados (Miranda et al., 2023). A análise documental proporcionará uma visão prática da aplicação da Teoria Finalista Mitigada, complementando o referencial teórico construído na revisão bibliográfica.

A terceira etapa da metodologia consiste na análise de casos práticos, que será realizada a partir dos julgados selecionados na pesquisa documental. Esta análise terá como objetivo identificar padrões, divergências e consistências na aplicação da Teoria Finalista Mitigada pelo STJ. Serão analisados casos específicos onde pequenas e médias empresas foram reconhecidas como vulneráveis, destacando os argumentos utilizados pelos advogados e os fundamentos das decisões judiciais (Ferreira, 2020). A análise de casos permitirá uma compreensão detalhada dos

desafios e das implicações da aplicação dessa teoria na prática.

Cada caso será examinado de acordo com um conjunto de critérios previamente definidos, que incluirão aspectos como a natureza da empresa envolvida, o tipo de produto ou serviço adquirido, as práticas comerciais contestadas, e os argumentos apresentados pelas partes. Essa análise sistemática possibilitará identificar os fatores que influenciam a decisão judicial e avaliar a consistência dos critérios de vulnerabilidade aplicados (Gomes, 2020). A análise de casos também contribuirá para a identificação de boas práticas e áreas que necessitam de aprimoramento na aplicação da teoria.

Como complemento às etapas anteriores, serão realizadas entrevistas com especialistas em Direito do Consumidor e Direito Empresarial, incluindo advogados, juízes e acadêmicos. As entrevistas terão o objetivo de obter insights qualitativos sobre a aplicação da Teoria Finalista Mitigada, explorando as percepções e experiências dos profissionais que lidam diretamente com o tema (Matos, 2020). As entrevistas permitirão aprofundar a compreensão dos desafios práticos e das implicações jurídicas da aplicação dessa teoria, além de fornecer perspectivas complementares às análises bibliográfica e documental.

As entrevistas serão conduzidas de forma semi-estruturada, utilizando um roteiro de perguntas que abordará aspectos chave da pesquisa, como os critérios de vulnerabilidade, os impactos econômicos e jurídicos da proteção ampliada, e as possíveis melhorias na aplicação da Teoria Finalista Mitigada. As respostas serão analisadas qualitativamente, buscando identificar temas recorrentes e insights relevantes que contribuam para a discussão do tema (Simas et al., 2020). A realização de entrevistas com especialistas agregará valor à pesquisa, fornecendo uma perspectiva prática e experiencial que enriquecerá a análise teórica.

A etapa final da metodologia consiste na análise crítica e propositiva dos dados coletados. Com base na revisão bibliográfica, na análise documental e de casos, e nas entrevistas com especialistas, será realizada uma análise crítica da aplicação da Teoria Finalista Mitigada pelo STJ. Esta análise buscará identificar as principais forças e fraquezas da aplicação dessa teoria, avaliando sua eficácia e equidade na proteção das pequenas e médias empresas (Borba; Leite, 2023). A análise crítica permitirá uma compreensão aprofundada dos desafios e das oportunidades para aprimorar a aplicação da Teoria Finalista Mitigada.

Além da análise crítica, esta etapa incluirá a formulação de propostas para a melhoria da aplicação da teoria. Serão sugeridos critérios mais claros e objetivos para a determinação da vulnerabilidade das pequenas e médias empresas, bem como medidas para padronizar a jurisprudência e promover maior segurança jurídica. As propostas serão fundamentadas nas evidências coletadas ao longo da pesquisa, buscando promover um equilíbrio adequado entre a proteção das empresas vulneráveis e a preservação do foco do CDC (Ferreira et al., 2021). A análise propositiva terá como objetivo contribuir para o avanço do Direito do Consumidor e para a promoção de um ambiente de negócios mais justo e equilibrado.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo das teorias finalista e finalista mitigada no contexto do Direito do Consumidor revela a complexidade e a importância de adaptar o ordenamento jurídico às novas realidades econômicas e sociais. Ao longo deste trabalho, exploramos as diferenças fundamentais entre essas abordagens e como cada uma delas impacta a proteção das pessoas jurídicas nas relações de consumo.

A Teoria Finalista, inicialmente concebida para delimitar o campo de aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelece critérios estritos para determinar quem pode ser considerado consumidor. Segundo essa teoria, apenas pessoas físicas que adquirem produtos ou serviços como destinatárias finais, não os utilizando como insumo para atividades produtivas, estão protegidas pelo CDC. Essa abordagem visa assegurar que a legislação consumerista seja aplicada de maneira eficaz na proteção do consumidor vulnerável contra práticas comerciais abusivas. No entanto, a rigidez da Teoria Finalista revelou-se insuficiente diante das complexidades do mercado contemporâneo. Pequenas e médias empresas frequentemente se encontram em situações de vulnerabilidade frente a grandes fornecedores, especialmente em contratos que envolvem tecnologia avançada ou conhecimentos especializados. Nesses casos, a Teoria Finalista Mitigada oferece uma interpretação mais flexível do conceito de consumidor, reconhecendo que empresas também podem ser destinatárias finais de produtos ou serviços e, portanto, merecedoras da proteção conferida pelo CDC.

A principal diferença entre as duas teorias reside na inclusão das pessoas jurídicas como consumidoras sob a Teoria Finalista Mitigada. Esta abordagem permite uma aplicação mais ampla das normas de consumo, especialmente em situações em

que a empresa compradora se encontra em posição de vulnerabilidade técnica, econômica ou informacional. A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça (STJ) tem desempenhado um papel crucial na consolidação e desenvolvimento dessa teoria, estabelecendo critérios claros para determinar quando uma empresa pode ser considerada consumidora nos termos do CDC.

É importante ressaltar que a mitigação da Teoria Finalista não implica em uma aplicação indiscriminada das normas de consumo a todas as relações jurídicas entre empresas. A interpretação deve ser criteriosa e baseada em evidências de vulnerabilidade efetiva da empresa compradora, garantindo assim a coerência e a eficácia das decisões judiciais. Além disso, a adaptação das teorias finalista e finalista mitigada às novas realidades do mercado digital e globalizado é essencial para manter a relevância e a efetividade do Direito do Consumidor como instrumento de proteção social.

## REFERÊNCIAS

ATZ, Ana Paula et al. **Comércio eletrônico e proteção digital do consumidor**: o PL 3.514/2015 e os desafios na atualização do CDC. Editora Foco, 2023. Disponível em: [https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/186900/comercio\\_eletronico\\_protecao\\_be\\_njamin.pdf](https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/186900/comercio_eletronico_protecao_be_njamin.pdf) Acessos na Internet

BARLETTA, Fabiana Rodrigues. A revisão contratual no Código Civil, no Código de Defesa do Consumidor e a pandemia do coronavírus (COVID-19). **Revista de Direito do Consumidor**, v. 129, p. 111-129, 2020. Disponível em: <https://dspace.almg.gov.br/handle/11037/37543> Acessos na Internet

BORBA, Pamela Alencar; LEITE, Helena Amanda de Moraes Teixeira. **Debate sobre drogas no Brasil**: a internação compulsória como mecanismo de exclusão. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/51435> Acessos na Internet

DAHINTEN, Bernardo Franke; DAHINTEN, Augusto Franke. **Novas tecnologias, regulação e proteção dos consumidores**: reflexões sobre o caso da Uber no Brasil e em Portugal. Estudos de Direito do Consumidor, n. 17. Disponível em:

<https://catalogobib.parlamento.pt:82/plp/anstp/winlibsrch.aspx?skey=C045117F0B5242EE84757B46A0A3A56C&cap=&pesq=5&thes1=91301&doc=185623&prn=true>

Acessos na Internet

LIMA NETO, Cecílio José de; MUNIZ, Thaysla Rayanne Alves. A hipervulnerabilidade do consumidor idoso frente aos abusos praticados pelas instituições bancárias. **Revista Juris Sertão/Juris Sertão Journal**, v. 1, n. 1, p. 60-86, 2023. Disponível em: <https://jurissertao.com.br/index.php/home/article/view/16/4> Acessos na Internet

MELO, Auricélia do Nascimento; SOUSA, Rafela Kelly Silva. A aplicabilidade do código de defesa do consumidor nos contratos bancários: a teoria finalista mitigada em contratos bancários para capital de giro. **Revista de Direito Contemporâneo UNIDEP**, v. 2, n. 2, 2023. Disponível em: <https://periodicos.unidep.edu.br/rdc-u/article/download/237/140/1224> Acessos na Internet

FERREIRA, Maria do Rosário da Costa. **Percursos e percalços na atenção à saúde da população em situação de rua e uso de drogas**. Dissertação de Mestrado. São Paulo, Brasil: FLACSO Sede Brasil. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10469/19712> Acessos na Internet

SOUZA, Naiara Clingia Alves dos Santos; SILVA, Leonardo Todsquini. A publicidade nas relações de consumo:: o papel dos meios digitais. **Revista Camalotes**, p. 328-349, 2023. Disponível em: <https://periodicos.insted.edu.br/recam/article/view/49/72> Acessos na Internet

SANTOS, Claudir Amarildo dos. **A responsabilidade pelo vício do produto ou serviço nas relações de consumo**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em: <https://repositorio.ivc.br/bitstream/handle/123456789/278/TCC%20-%20CLAUDIR.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acessos na Internet

EFING, A.; BRITTO, M. A. A reafirmação dos direitos do consumidor virtual brasileiro e a Lei Geral de Proteção de Dados. **Argumenta Journal Law**, Jacarezinho–PR,

Brasil, n. 35, p. 93-121, 2021. Disponível em:

<https://seer.uenp.edu.br/index.php/argumenta/article/view/357/pdf> Acessos na Internet

FERREIRA, Mariana Nogueira et al. **Análise acerca da eficácia das políticas públicas no enfrentamento à utilização de crianças e adolescentes no tráfico de drogas**. 2020. Disponível em:

<http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/17466> Acessos na Internet

FERREIRA, Nathália Lopes Gomes Pinto et al. **O dilema intervencionista: análise das narrativas jurídicas nas ações de internação compulsória para usuários de drogas em Belo Horizonte**. 2021. Tese de Doutorado. Disponível em:

[https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/51020/D\\_2021\\_Nath%C3%A1lia%20Lopes%20Gomes%20Pinto%20Ferreira.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/51020/D_2021_Nath%C3%A1lia%20Lopes%20Gomes%20Pinto%20Ferreira.pdf?sequence=2&isAllowed=y) Acessos na Internet

FONSECA, Isabella Rodrigues de Godoy. **Direito do consumidor: da responsabilidade por vício do produto de empresas privadas**. 2023. Disponível em:

<http://repositorio.unitau.br/jspui/handle/20.500.11874/6734> Acessos na Internet

GOMES, Mariana Mousinho Cavalcante Medeiros. **A internação involuntária dos usuários de drogas como manifestação do poder de polícia**. 2020. Disponível em:

<https://oa.mg/work/3206899976> Acessos na Internet

GUIMARÃES, Luciana Gomes; HENRIQUE, Camila Valera Reis. **Análise do abuso de direito do consumidor de produtos e serviços no Brasil**. 2023. Disponível em:

<https://repositorio.unifaema.edu.br/jspui/handle/123456789/3331> Acessos na Internet

JOELSONS, Marcela et al. Inviolabilidade na comunicação dos dados de computador no Brasil versus direito fundamental à confidencialidade e integralidade de sistemas informáticos na Alemanha. **Revista de Direito Constitucional e Internacional**, v. 125, p. 111-135, 2021. Disponível em:

<https://dspace.almg.gov.br/handle/11037/41307> Acessos na Internet

KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do consumidor na sociedade da informação**. Almedina Brasil, 2022.

MARQUES, Claudia Lima; MUCELIN, Guilherme. Vulnerabilidade na era digital: um estudo sobre os fatores de vulnerabilidade da pessoa natural nas plataformas, a partir da dogmática do Direito do Consumidor. **civilistica. com**, v. 11, n. 3, p. 1-30, 2022. Disponível em:

<file:///C:/Users/rados/Downloads/872-Texto%20integral-1285-1831-10-20221225.pdf>

Acessos na Internet

MATOS, Lorena Araújo. **Vozes caladas**: uma análise criminológica da unidade materno-infantil do centro de reeducação feminina em ananindeua/PA. Editora Dialética, 2020. Disponível em:

<https://repositorio.idp.edu.br/bitstream/123456789/2669/1/LORENA%20ARA%C3%9AJO%20MATOS.pdf>

Acessos na Internet

MIGUEL, Breno Silva. **A caracterização da relação consumerista nos contratos de licenciamento de uso de software entre pessoas jurídicas**. 2021. Trabalho de conclusão de curso. Disponível em:

<https://adelpha-api.mackenzie.br/server/api/core/bitstreams/cc36636e-6e98-46f2-a8af-5d05499e0099/content>

Acessos na Internet

MIRAGEM, Bruno. Discriminação injusta e o direito do consumidor. O direito do consumidor no mundo em transformação: em comemoração aos, v. 30, p. 203-206, 2021. Trabalho de conclusão de curso. Disponível em:

<https://brunomiragem.com.br/artigos/016-discriminacao-injusta-e-direito-do-consumidor.pdf>

Acessos na Internet

MIRANDA, Paula Fauth Manhães et al. **Mulheres encarceradas em tempos de pandemia de COVID-19**: uma análise da ala feminina da cadeia pública Hildebrando de Souza, na cidade de Ponta Grossa, Paraná. 2023. Artigo. Disponível em:

<https://revistas.uepg.br/index.php/emancipacao/article/view/23488/209209219074>

Acessos na Internet

ROQUE, Pamela Gabrielle Romeu Gomes; ANDRADE, Lorença dos Santos. **Os reflexos da incidência do Código de Defesa do Consumidor nas relações jurídico empresariais**. 2021. Disponível em:

<https://repositorio-api.insper.edu.br/server/api/core/bitstreams/6ffb9b55-ca24-49ee-b96a-c3a7f816620d/content> Acessos na Internet

SANTOS, Bianca Barreto et al. **A defesa dos consumidores e as novas formas de publicidades perpetradas nas redes sociais no Brasil**. 2022. Trabalho de conclusão de curso. Disponível em:

[https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as\\_sdt=0%2C5&q=A+defesa+dos+consumidores+e+as+novas+formas+de+publicidades+perpetradas+nas+redes+sociais+no+Brasil.+2022.&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1729733133656&u=%23p%3DLSjmuXR\\_wlIJ](https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=A+defesa+dos+consumidores+e+as+novas+formas+de+publicidades+perpetradas+nas+redes+sociais+no+Brasil.+2022.&btnG=#d=gs_qabs&t=1729733133656&u=%23p%3DLSjmuXR_wlIJ) Acessos na Internet

SIMAS, Rodrigo Silva et al. **Contribuições para a análise da política brasileira de saúde para usuários de drogas: modelos em disputa**. 2020. Tese de Doutorado. Disponível em:

[file:///C:/Users/rados/Downloads/rodrigo\\_silva\\_simas\\_ensp\\_mest\\_2020.pdf](file:///C:/Users/rados/Downloads/rodrigo_silva_simas_ensp_mest_2020.pdf) Acessos na Internet

VASCONCELOS, Wesley Antonio da Silva. **Responsabilidade do ifood pela publicidade enganosa veiculada por parceiros**. 2023. Monografia. Disponível em:

<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/28028> Acessos na Internet