

A pesquisa tem como problema central a vulnerabilidade da pessoa jurídica no consumo intermediário. O consumidor tutelado pelo Código de Defesa do Consumidor brasileiro pode ser, segundo o art. 2º da supracitada lei, “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Este conceito de “destinatário final” está sofrendo uma mudança em sua interpretação por parte do STJ, que está deixando de lado uma teoria “finalista”, que nas palavras da Professora Claudia Lima Marques se caracteriza por considerar o destinatário final como “aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física” (Manual de direito do consumidor – 3. Ed – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011), em direção ao tem se chamado de visão “finalista aprofundada”, que apesar de compartilhar com a ótica finalista uma concepção subjetiva, prioriza a vulnerabilidade em detrimento do *animus lucrandi* o qual o consumidor possa vir a ter. Tal concepção é referendada pelo caput do art. 4 do CDC, onde está postivado que “A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, ... a proteção de seus interesses econômicos...”. Através de doutrina, legislação nacional e estrangeira e jurisprudência, a possibilidade de uma pessoa jurídica ser tutelada pelo CDC mesmo quando tendo em vista um uso profissional será analisada. As hipóteses da pesquisa centram-se na necessidade de uma maior “aceitação” por parte da jurisprudência e da doutrina de uma pessoa jurídica que possua interesse lucrativo ou profissional, mas que sendo vulnerável, adquira a condição de consumidora.