

REVISTA DE DIREITO MERCANTIL INDUSTRIAL, ECONÔMICO E FINANCEIRO

Publicação do
Instituto Brasileiro de Direito Comercial Comparado
e Biblioteca Tullio Ascarelli
e do Instituto de Direito Econômico e Financeiro,
respectivamente anexos aos
Departamentos de Direito Comercial e de
Direito Econômico e Financeiro da
Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo

Edição da
Editora Revista dos Tribunais Ltda.



REVISTA DE DIREITO MERCANTIL INDUSTRIAL, ECONÔMICO E FINANCEIRO

Fundador:

WALDEMAR FERREIRA

Diretor:

PHILOMENO J. DA COSTA

Diretor Executivo:

FÁBIO KONDER COMPARATO

Coordenador:

WALDIRIO BULGARELLI

Redatores:

ANTONIO MARTIN, CARLOS ALBERTO SENATORE, HAROLDO M. VERÇOSA, JOSÉ ALEXANDRE TAVARES GUERREIRO, MAURO DELPHIM DE MORAES, MAURO RODRIGUES PENTEADO, NEWTON DE LUCCA, NEWTON SILVEIRA, PAULO SALVADOR FRONTINI, RACHEL SZTAJN, VERA HELENA DE MELLO FRANCO.

Serviços gráficos: Editora Parma Ltda., Av. Antonio Bardella, 280
— CEP 07220-020 - Guarulhos, SP, Brasil.

Edição e distribuição da

EDITORA 
REVISTA DOS TRIBUNAIS

Rua Conde do Pinhal, 78 — Caixa Postal 678
Tel. (011) 37-2433 — Fax (011) 37-5802
01501-060 - São Paulo, SP, Brasil

SUMARIO

DOCTRINA

- O dano moral, os seus fundamentos jurídicos e o Código de Defesa do Consumidor — Rosvany Terezinha Cordeiro 5
- Dos contratos futuros de taxa cambial — Arnaldo Wald 37
- Alienação do poder de controle compartilhado — Nelson Cândido Motta 42
- Particularidades da “affectio societatis” no grupo econômico — Vera Helena de Mello Franco 47
- A concorrência entre empresas perante o Mercosul (Enfoque específico sobre Brasil e Argentina face à legislação antitruste) — Mauro Grinberg 56
- Interesse social e poderes dos administradores na alienação de controle — Calixto Salomão Filho e Mario Stella Richter Júnior 65

ATUALIDADES

- A correção monetária no valor de reembolso do recesso societário — Vera Helena de Mello Franco 79

JURISPRUDÊNCIA

- Cartão de crédito — Rosvany Terezinha Cordeiro 86

- ÍNDICE ALFABÉTICO REMISSIVO 93

CURRICULUM DOS COLABORADORES DESTA NÚMERO

ARNOLDO WALD

Advogado no Rio de Janeiro e Professor Catedrático de Direito Civil da UERJ.

CALIXTO SALOMÃO FILHO

Advogado.

MARIO STELLA RICHTER JÚNIOR

Advogado.

MAURO GRINBERG

Professor de Direito Comercial da Faculdade de Direito da Universidade Católica de Pernambuco — Advogado em Recife.

NELSON CÂNDIDO MOTTA

Advogado.

ROSVANY TEREZINHA CORDEIRO

Advogada.

VERA HELENA DE MELLO FRANCO

Advogada, Professora Assistente Doutora da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo.

CARTÃO DE CREDITO — Contrato de adesão — Cláusula de mandato — Autorização para emissão de notas promissórias em favor do mandatário — Admissibilidade — Disposição não leonina — Débito do usuário reconhecido.

É válida a cláusula de mandato nos contratos de adesão referentes a cartões de créditos que estabelece autorização para a emissão de notas promissórias em favor do mandatário pelas despesas contabilizadas pelo usuário.

1.ª TACivSP — Ap. 366.336-9 — 2.ª C. — Rel. Juiz Sena Rebouças — j. 11.2.87 — v.u. — RT 617/115.

ACORDÃO — Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação 366.336-9, da comarca de São Paulo, em que é apelante Cia. Agropecuária Volta Grande e apelada American Express do Brasil S/A Turismo; Acordam em 2.ª Câmara do 1.º Tribunal de Alçada Civil, por votação unânime, negar provimento à apelação.

1. Trata-se de apelação da autora contra a sentença que julgou improcedente ação declaratória de nulidade de nota promissória e ação cautelar de sustação de protesto (fls. 32-35).

A apelante insiste em que o mandatário não pode emitir em seu próprio favor promissória de responsabilidade do mandante. Sustenta que o contrato não autoriza esse procedimento, pois, embora permita a emissão de promissórias de responsabilidade do mandante, não autoriza a emissão em favor da mandatária, aberração não admitida pelo direito. As empresas de cartão de crédito introduzem cláusula de mandato em seus contratos de adesão, com o que podem emitir notas promissórias de responsabilidade do usuário para serem negociadas com instituições de crédito, mas não para constituírem título executivo da mandatária contra o mandante (fls. 41-47).

Houve resposta e preparo. É o relatório.

2. Deixando de produzir prova e concordando com o julgamento antecipado (fls. 27), a autora não demonstrou a iliquidez e incerteza da obrigação contida na promissória que pretende nula (um dos fatos constitutivos do pedido — fls. 4), restringindo a discussão à validade do saque cambial (à

validade da emissão da promissória pela mandatária em seu próprio favor).

A questão surgiu na execução de contrato de cartão de crédito "American Express". Há uma cláusula nesse contrato (fato incontroverso estabelecendo que a usuária (no caso, a autora) concorda em que o valor das despesas contabilizadas, a seu cargo, constitui dívida líquida e certa. Assinando a solicitação do cartão e passando a utilizá-lo; a usuária constitui a American Express sua mandatária com poderes especiais "para emitir, em seu nome", notas promissórias pelo valor total das despesas, estejam em mora ou não (v. apenso, fls. 12-v.)).

A despeito da interpretação que a apelante procura dar à expressão "emitir em seu nome", com intuito evidente de confundir, a cláusula em questão não deixa a menor dúvida, sendo de claro sentido. O uso do cartão acarreta débito do usuário e crédito da American Express. Essa obrigação, segundo o contrato, pode ser representada por notas promissórias, e o usuário constitui a credora sua procuradora para emitir essas notas promissórias. É evidente que as promissórias serão emitidas em favor da credora, que é a própria mandatária. O contrato autoriza exatamente isso, o que não significa nenhuma aberração jurídica.

A apelante admite que as promissórias sejam emitidas e negociadas com instituições de crédito, mas que não constituam título executivo da mandatária contra o mandante. Isso não tem sentido lógico, nem decorre do contrato.

Não havendo abuso do direito, o mandato em questão é novidade decorrente das exigências de consumo e de crédito da vida moderna, pelo que atende aos interesses do mandante. É válido e não contraria sua finalidade.

Não fosse o mandato, a American Express exigiria da autora a prévia assinatura de uma promissória em branco, com o mesmo resultado prático.

A doutrina aponta os seguintes requisitos, na representação voluntária, para que o mandato obrigue cambialmente o mandante: ser conferido por escrito, por instrumento público ou particular; e ser específico quanto aos atos cambiários que o mandatário está autorizado a praticar em no-

me do mandante (v. Luiz Emygdio F. da Rosa Júnior, *Direito Cambiário*, ed. 1984, v. 1/175), requisitos que estão atendidos, na espécie.

É o que se acrescenta aos fundamentos da sentença, para confirmá-la.

3. Negam provimento. Presidiu o julgamento, com voto, o Juiz Wanderley Racy e dele participou o Juiz Jacobina Rabello, revisor.

São Paulo, 11 de fevereiro de 1987 — *Sena Rebouças*, relator.

COMENTÁRIO

I — INTRODUÇÃO

Este trabalho teve por escopo examinar o tema, contrato de mandato e o contrato de adesão, sem a intenção de esgotar a matéria, por ser prolixo e não demandarmos período maior para melhor análise.

Tivemos que lançar mão de um Acórdão que se não fosse ao menos pertinente com o novel assunto Código de Defesa do Consumidor pelo menos que, desse para incursionarmos sobre o mesmo, demonstrando como o assunto contrato de adesão e cláusula de mandato devem ser vistos pela ótica do novo microsistema.

Concluimos após fazermos as necessárias considerações prodrômicas necessárias acerca da representação no contrato, generalidades sobre o mandato e sobre o mandato em causa própria para posteriormente analisarmos o contrato de adesão antes e após a vigência do Código de Defesa do Consumidor.

II — CONSIDERAÇÕES PROPEDÊUTICAS

Verificamos que para a conclusão de um negócio jurídico faz-se, muitas vezes, necessária a interveniência de terceiros não interessados direta e imediatamente no mesmo.

Dentre os diversos modos de interveniência de terceiros destaca-se a representação, forma mais complexa de intermediação como um dos principais meios de cooperação jurídica.

A representação em nossa opinião é inerente ao mandato, pois este nada mais é que um contrato típico de outorga de poderes.

O contrato em causa própria, como lembra Plácido e Silva, in *Tratado do Mandato e Prática das Procuções*, José Konfino Editor, 1939, Rio de Janeiro, não é inovação do direito moderno remontando à época romana.

De proêmio, insta ressaltar que o contrato de adesão é aquele em que não há discussão livre, entre as partes, das cláusulas contratuais, posto que estas são redigidas e impostas por uma delas à outra que as aceita em bloco.

É uma modalidade de contrato que não constitui, obviamente, um tipo definido, tanto que o contrato de adesão pode ser de compra e venda, fornecimento, como *in casu*, o uso do “cartão de crédito”.

Enfocando o tema antes da vigência do novo Código de Defesa do Consumidor já prelecionava nosso doutrinador pátrio Waldírio Bulgarelli que o contrato de adesão, ou tipo, impresso pela empresa emissora de cartão de crédito continha cláusulas vexatórias e abusivas.

Aduzindo ainda que, “Por este caminho, volta-se aos poucos, por vias tortuosas, ao tempo da Lei nas XII Tábuas; não bastavam as garantias fidejussórias, nem as reais; passou-se à reserva de domínio, depois à alienação fiduciária, e agora chegou-se ao extremo

de o consumidor entregar-se totalmente, pelo mandato expresso de emissão de títulos de créditos, com um aceite adrede, conferindo liquidez e certeza. Pouco falta para voltar-se à *manus iniectio*" (cf., ob. cit., p. 614).

Desta feita, procuramos, agora sob a égide do Novo Código de Defesa do Consumidor como o sistema de cartões de créditos será tratado.

Pois, nessa linha é que há de se ressaltar a excessiva concentração bancária que, monopolizando a colte, a intermediação e a concessão de créditos domina a economia do País, impondo suas condições e seus métodos.

III — A REPRESENTAÇÃO NO CONTRATO

Para alguém realizar eficazmente, por outrem determinado negócio jurídico precisa, além de estar investido no poder de representação, atuar em nome dessa pessoa.

É assim, indispensável a "*Contemplatio Domini*", isto é, que o representante exerça a atividade em nome do representado. Do contrário, não se produz o efeito característico da representação direta.

Roberto de Ruggiero¹ dispõe que a representação é o "instituto graças ao qual alguém pratica um ato jurídico em lugar de uma outra pessoa com a intenção de que esse ato valha como se fosse praticado por essa outra e produzindo realmente para ela os seus efeitos".

A representação direta distingue-se da indireta na estrutura e na função vez que esta última, ocorre quando se age em nome próprio por conta alheia (suscita efeito imediato em sua própria esfera jurídica e não do representado).

Insta acentuar que esta disciplina reposita em dois elementos técnicos: o econômico e o jurídico. O elemento

econômico atrai à sua órbita os interesses objeto de regulamentação. Biparte-se a titularidade entre os efeitos de representação direta e indireta. O elemento jurídico, concretiza-se na manifestação das partes, com o objetivo de disciplinar os interesses dos seus respectivos titulares. As conseqüências patrimoniais são por eles regulados.

IV — GENERALIDADE SOBRE O MANDATO

Verificamos pelos nossos doutrinadores pátrios que tal instituto não guarda fidelidade ao Direito Romano, e nem segue a orientação germânica para a qual mandato não implica em representação por motivo de formalismo imperante.

Assim é que o legislador brasileiro dispõe no art. 1.288 do Código Civil brasileiro que: "Opera-se o mandato, quando alguém recebe de outrem poderes para, em seu nome, praticar atos ou administrar interesses".

E nossa doutrina, conforme Orlando Gomes preleciona² é o contrato pelo qual alguém se obriga a praticar atos jurídicos ou administrar interesses por conta de outra pessoa. E o instrumento deste contrato é a procuração.

Nessa linha de raciocínio podemos dizer que, o mandato, em termos gerais, só confere poderes de administração de acordo, com o art. 1.295 do Código Civil Brasileiro. Necessitando de poderes especiais e expressos quando se tratar de "alienar, hipotecar, transigir ou praticar outros atos, que exorbitem da administração ordinária" (art. 1.295, parágrafo único do CC).

Orlando Gomes dispõe que pode haver mandato sem representação, quando por exemplo, o mandatário atua em seu próprio nome, assim como, pode haver representação sem mandato.

Concordamos com o insigne mestre quanto a representação poder estar presente em outros atos ou negócios jurídicos que não o mandato pois, como sabemos, não é instituto exclusivo do direito civil.

Mas discordamos quando preleciona³ que pode haver “mandato sem representação, pois é ela inerente a este instituto, pois como já o dissemos o agir do mandatário em seu próprio nome mas, no interesse do mandante, caracteriza o que a maioria de nossos doutrinadores pátrios convencionaram de chamar de representação indireta ou, ainda, de interposição gestória.

Emilio Betti⁴ aduz que o conflito entre os interesses do representante e do representado podem advir da falta do poder de representação — consciente ou ignorada — caso em que o negócio jurídico convolado seria considerado relativamente nulo, enquanto não sobreviesse a ratificação por parte do mandante; e do abuso de poder conferido ao interessado.

Segundo seus ensinamentos, o abuso de poder configurar-se-ia por meio do exercício da representação de modo formalmente respeitador dos limites do conferimento, mas substancialmente contrário à destinação da representação, que é a tutela do interesse do representado.

O contrato do mandato é por excelência forma de expressão e configuração de autonomia da vontade. As partes determinam de maneira livre e voluntária os elementos essenciais necessários à sua existência, validade e eficácia.

Podemos afirmar pelo que colocamos da matéria que sendo válido o mandato, válida também é a nota promissória emitida em decorrência do cumprimento do mandato. O único defeito que poderia macular a nota promissória emitida pelo mandatário seria

o abuso de poder ou a assunção de dívida superior à estabelecida pelo mandante.

V — MANDATO EM CAUSA PRÓPRIA

Segundo Perez González y Alguer, citado por Sanches Urite⁵ a essência do contrato e da representação não se opõe à validade do autocontrato. A possibilidade do autocontrato surge espontaneamente da combinação dos princípios que regem o contrato, com os que presidem a instituição da representação. A vontade do representante vale como a vontade do representado, conserva este contudo, a própria personalidade e disposição do seu patrimônio, podendo destarte, atuar simultaneamente em nome próprio e em nome alheio, como representante.

Nosso ordenamento jurídico não vêda este tipo de contrato pelo que se pode inferir do art. 1.317 do Código Civil Brasileiro, *in verbis*: inc. I — “quando se tiver convencionado que o mandante não possa revogá-lo, ou for em causa própria a procuração dada”.

Em suma, podemos afirmar que nada há de incompatível no contrato consigo mesmo ou em causa própria, isto é, quando é celebrado em nome e por conta de partes representadas que hajam outorgado poder ao mesmo representante, ou no caso em que este é, concomitantemente, parte no negócio e representante da outra parte.

A evidência esta como se norteia nossa Jurisprudência conforme Ap. 226.145 da 1.ª Câm. do 1.º Tribunal de Alçada Civil que relata: ⁶

“Ora, a promissória pode ser emitida por mandatário com poderes especiais (art. 54, IV, da Lei 2.044 de 31.12.1908), sendo iterativo que o mandato especial pode ser genérico para emissão de cambiais, sem restri-

ções quanto ao tempo, lugar e quantia.” (cf., Paulo de Lacerda, *A Cambial*, 3.^a ed., n. 112, nota 86, p. 134; Carvalho de Mendonça, *Tratado*, v. V, Parte II, n. 602, p. 241; Magarinos Torres, *Nota Promissória*, v. I, n. 25, nota 17, p. 109, e Whitaker, *Letra de Câmbio*, 7.^a ed., n. 30, p. 77). E nada obsta a que o mandatário emita cambial em nome e por conta do mandante, em proveito próprio, desde que, não se apure excesso ou abuso. Nesse sentido, leciona Pontes de Miranda que “os atos do representante, em proveito próprio, são eficazes contra o representado, se dentro dos poderes, ou se cheios pela emissão desse, se ele tinha o dever, segundo os princípios, de aviso à generalidade; e contra si mesmo, se os excedeu, ou se não os tinha. Na representação cambiária está implícita a autorização para obrigar o representante perante o próprio representado” (*Tratado de Direito Privado*, 2.^a ed., v. XXXIV, § 3.852, n. 5, p. 144). (Grifos nossos).

VI — OS CONTRATOS DE ADESÃO

A começar pelo nome, o tema não é tranqüilo posto que, se procura distingui-lo da adesão a contratos, ou contratos por adesão.

Orlando Gomes⁷ preleciona que “No contrato de adesão uma das partes tem de aceitar, em bloco as cláusulas estabelecidas pela outra, aderindo a uma situação contratual que encontra definida em todos os seus termos. O consentimento manifesta-se como simples adesão a conteúdo preestabelecido da relação jurídica”.

Assim seriam, de adesão os contratos cuja estipulação é feita pelo Poder Público, cujas cláusulas preestabelecidas não podem ser recusadas, v.g., o fornecimento de água e energia elétrica, ao passo que seriam por adesão, os contratos celebrados com base em cláusulas

estabelecidas unilateralmente pelo estipulante particular, mas sem as características da irrecusabilidade.

Nesse sentido, inserem-se os cartões de créditos ressaltando que, neste tipo de contrato estamos diante de uma operação que se efetiva através de assinatura pelo beneficiário de um impresso contendo, em letras minúsculas, as condições do negócio, impresso atualmente pela empresa emissora, em geral absorvido pelos Bancos e há de submeter-se às diretrizes do que se conveniou chamar de dirigismo contratual.

Dê longas décadas, nossos doutrinadores pátrios, chamam a atenção para o fato de que este tipo de contrato, muitas vezes contém cláusulas acessórias que alteram profundamente a essência do contrato, desvirtuando-a. Pois na maioria das vezes contém, cláusula de irresponsabilidade, deixando de lado o princípio da autonomia da vontade (liberdade contratual).

Preleciona o insigne Prof. J. M. Othon Sidou⁸ para o fato de que as cláusulas acessórias nos contratos de adesão têm sua função desviada e passam a se constituir verdadeiros “ditames postos no interesse exclusivo do ofertante”. Assim, preconiza que tais cláusulas acessórias devem ser interpretadas com redobrada atenção e com muita benevolência.

VII — O CONTRATO DE ADESÃO NO SISTEMA DO CDC

Preleciona o insigne Prof. Dr. Nelson Nery Júnior que em face da definição dada pelo Código de Defesa do Consumidor em seu art. 54, *caput*, que a distinção feita pelo mestre Orlando Gomes encontra-se superada vez que, esta definição abrange ambas as formas de contratação. Tanto as estipulações unilaterais do Poder Público como as cláusulas redigidas prévia e uni-

lateralmente por uma das partes estão incluídas no conceito legal de contrato de adesão.

Ensina ainda que, tanto as cláusulas predispostas (cláusula geral) que antecedem o contrato de adesão podem ser efetivamente controladas abstratamente, como também recebem controle, quando as partes efetuam o contrato onde terão um controle concreto, efetivo, vez que, não há óbice do Código de Defesa do Consumidor, para definir referido contrato usando a forma classificatória, isto é, pelo tipo de contrato e não pelo seu objeto.

Neste regime jurídico diferenciado, podemos analisar referido Acórdão dizendo que, *in casu* houve uma relação jurídica de consumo, ou seja através do contrato de adesão foi celebrado um contrato de consumo.

De fato, a relação jurídica de consumo exige, para assim ser considerada, os elementos subjetivos, objetivos e teleológico. O elemento subjetivo que é o consumidor de um lado e o fornecedor de outro. Quanto ao elemento objetivo, temos o produto, i.e., o uso do cartão de crédito, restando por fim o elemento teleológico que se encontra na pessoa do usuário, pois, visava-o como destinatário final.

Aduz o Prof. Carlos Ferreira de Almeida⁹ que, as cláusulas no contrato de adesão são favoráveis a quem impõe e, geralmente, são cláusulas abusivas.

Exatamente por isso, e atendendo ao "reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo" (art. 4.º, I, CDC) o microsistema citado procurou disciplinar uma proteção aos contratos de consumo.

Continua aduzindo o citado Autor retomado que: ¹⁰ "Não é a standardização que se mostra prejudicial, mas a assimilação maciça de cláusulas com vantagens indevidas para o contraente que está em condições de as impor".

Ora, assim é que o Código de Defesa do Consumidor veio para impedir que o consumidor continuasse sujeito a toda uma série de imposições e fraudes que as normas tradicionais de proteção se revelaram insuficientes para coibir.

Pois, de há muito Charles Gide,¹¹ "ao enveredar pela senda do cooperativismo, tendo descoberto as suas infinitas virtualidades, proclamava ao mundo o reinado do consumidor, exclamando: "O que é o consumidor? Nada. O que deve ser? Tudo"."

No caso vertente estamos dizendo que o cartão de crédito violou o contrato de adesão com cláusulas abusivas e, estamos procurando demonstrar que tal tipo de contrato deverá atender às novas exigências nos contratos de consumo pois a defesa do consumidor exige hoje medidas diretas de proteção.

As cláusulas que desrespeitarem o Código de Defesa do Consumidor quanto à forma e conteúdo, v.g., letras miúdas redação obscura etc., violam o dever de informação e o princípio da boa fé.

Não sendo dada a oportunidade de informação ao consumidor, as prestações por ele consumidas no contrato sejam prestações que envolvam obrigação de dar como de fazer ou não fazer, não obrigam o consumidor.

Esse entendimento é decorrente do disposto no art. 46 do Código de Defesa do Consumidor, somando ao art. 54, § 4.º. Pois, de acordo com o art. 54, § 4.º, as cláusulas restritivas de direitos ao consumidor deverão vir em destaque nos formulários de contrato de adesão.

Assim o descumprimento, pelo fornecedor das normas estabelecidas neste Codex relativas à forma e conteúdo do contrato de adesão, tem como consequência a não vinculação do consumidor (art. 46), a interpretação em favor do consumidor (art. 47) e a inversão do ônus da prova (art. 5.º, VIII).

VIII — CONCLUSÕES

Efetuamos o comentário deste Acórdão para demonstrar como nossa doutrina e jurisprudência tratava o referido tema, e como deverá ser visto agora face ao Código de Defesa do Consumidor.

Quanto ao contrato de representação podemos afirmar, desde que exista a relação jurídica, *i.e.*, a relação de consumo, ou seja, o nexo de causalidade entre o consumidor e o acidente de consumo, o art. 5.º do Código de Defesa do Consumidor fornece entre outros alguns instrumentos para que o Poder Público viabilize ou defenda o consumidor.

Não objetamos o uso do mandato em causa própria nas relações de consumo vez que, todos os mecanismos exemplificados no art. 5.º do referido Codex têm por escopo a defesa dos direitos básicos dos consumidores elencados no art. 6.º do já citado diploma legal.

Verificamos que para caracterizar um contrato de consumo como contrato de adesão é preciso ter em mente, primeiramente, que o contrato de adesão não é categoria contratual autônoma nem tipo contratual, mas apenas técnicas de formação do contrato, que pode ser aplicada a qualquer categoria de contrato, sempre que seja buscada a rapidez na conclusão do contrato, o que aliás é uma exigência das economias de escala.

Desta feita a técnica de contratar por adesão é um fenômeno indissociável da ampliação e desenvolvimento do mercado de consumo, pois é justamente o contrato de adesão que agiliza e dá operatividade à contratação em massa.

Essa técnica de contratação *in casu* foi feita pela sociedade emissora do cartão de crédito e o usuário, não deixando ao aderente outra alternativa de conduta possível que não seja aceitar as estipulações unilaterais preestabele-

cidas pelo predisponente ou então recusá-las.

Hodiernamente demonstramos que não se justifica a discussão sobre se o contrato é por adesão ou de adesão vez que o Código classificou pela forma e não pelo conteúdo como contrato de adesão.

Assim, a defesa do consumidor se impõe, exigindo medidas protetivas implicando, por vezes, a intervenção do Estado para coibir, *v.g.*, as subidas constantes dos níveis de preços que fazem da inflação um dado econômico co-natural pois, sob a perspectiva de proteção ao consumidor; a estabilidade nas relações de consumo deve-se sobrepor ao crescimento econômico.

Rosvany Terezinha Cordeiro

Bibliografia

- Benjamin, Antonio Herman de Vasconcelos — *Comentários ao Código de Proteção do Consumidor*, Saraiva, S. Paulo, 1991.
- Nery Júnior, Nelson — *Código de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto*, Forense Universitária, Rio de Janeiro, 1991.
- Silva, De Plácido — *Tratado do Mandato e Prática das Procurações*, José Konfino Editor, 1939, Rio de Janeiro.

NOTAS

1. *Instituições de Direito Civil*, v. 1.º, p. 201.
2. *Contratos*, 12.ª ed., Forense, p. 388, 1990.
3. Orlando Gomes, *ob. cit.*, p. 388.
4. *Teoria Geral do Negócio Jurídico*, v. III, pp. 248-249-256.
5. *Mandato y Representación*, Abeledo-Perrot, B. Aires, p. 40.
6. *Revista de Direito Mercantil*, v. 26/119.
7. *Ob. cit.*, pp. 118-119.
8. *Interpretação dos Negócios Jurídicos — Contrato de Adesão*, Forense, 2.ª ed., pp. 196-197, 1984.
9. *Os Direitos dos Consumidores*, Coimbra, Livraria Almedina, 1982.
10. Carlos Ferreira de Almeida in *ob. cit.*, p. 95 e ss.
11. Waldírio Bulgarelli, *Contratos Mercantis*, 4.ª ed., Atlas, p. 612, 1988.