

Edições anteriores

1ª edição – 1959	12ª edição – 1992 – 5ª tiragem	20ª edição – 2000
2ª edição – 1966	12ª edição – 1992 – 6ª tiragem	21ª edição – 2000
3ª edição – 1971	12ª edição – 1993 – 7ª tiragem	22ª edição – 2000
4ª edição – 1973	13ª edição – 1994	23ª edição – 2001
5ª edição – 1975	14ª edição – 1994	24ª edição – 2001
6ª edição – 1977	15ª edição – 1995	24ª edição – 2001 – 2ª tiragem
6ª edição – 1978 – 2ª tiragem	16ª edição – 1995	25ª edição – 2002
7ª edição – 1979	17ª edição – 1996	25ª edição – 2002 – 2ª tiragem
8ª edição – 1981	17ª edição – 1997 – 2ª tiragem	25ª edição – 2002 – 3ª tiragem
9ª edição – 1983	17ª edição – 1997 – 3ª tiragem	26ª edição – 2007
10ª edição – 1984	17ª edição – 1997 – 4ª tiragem	26ª edição – 2008 – 2ª tiragem
11ª edição – 1986	18ª edição – 1998	26ª edição – 2008 – 3ª tiragem
12ª edição – 1989 – 1ª tiragem	18ª edição – 1998 – 2ª tiragem	26ª edição – 2008 – 4ª tiragem
12ª edição – 1990 – 2ª tiragem	18ª edição – 1999 – 3ª tiragem	26ª edição – 2009 – 5ª tiragem
12ª edição – 1990 – 3ª tiragem	18ª edição – 1999 – 4ª tiragem	
12ª edição – 1991 – 4ª tiragem	19ª edição – 1999	

ORLANDO GOMES

CONTRATOS

26ª edição

Coordenador: Edvaldo Brito
Atualizadores: Antonio Junqueira de Azevedo
Francisco Paulo De Crescenzo Marino



Rio de Janeiro
2009

mente contrai a obrigação de pagá-la (RA), em solidariedade com os terceiros com quem contratou (RA).

Tal obrigação pode ser assumida em relação a toda a dívida ou somente em parte, quase sempre determinada em percentagem sobre o prejuízo do comitente.

O principal objetivo do pacto é servir de estímulo à criteriosa seleção dos negócios, evitando que o comissário, atraído pela comissão, possa concluir para o comitente negócios prejudiciais.

A comissão *del credere* deve ser estipulada expressamente, não se subentendendo nem podendo ser inferida de circunstâncias, como, por exemplo, a taxa alta de comissão.

Como a garantia de execução do contrato agrava a responsabilidade do comissário, recebe ele, de regra, em compensação, melhores comissões.³¹ A obrigação de garantia cessa se a inexecução se dever à força maior ou a fato do comitente. Se este não satisfaz a prestação necessária à execução do contrato, não pode o comissário responder pela obrigação do terceiro.

Contestada a natureza fidejussória da obrigação assumida pelo comissário, acham alguns que responde solidariamente pelas obrigações do terceiro, mas, verdadeiramente, interessa ao comitente que seja ele devedor principal que paga por conta daquele a quem vendeu.

31 (RA) Art. 698 do Código Civil (RA).

Capítulo 33

CONTRATO DE AGÊNCIA OU REPRESENTAÇÃO COMERCIAL

Sumário: 299. Elementos configurativos. 300. Figuras características. 301. Qualificação profissional do agente. 302. Agentes, viajantes e praticistas. 303. Cláusula de exclusividade. 304. Obrigações e direitos do agente. 305. Direito à retribuição. 306. Resilição do contrato.

299. Elementos configurativos. A autonomia do contrato de *agência*, *agenciamento* ou *representação* está reconhecida em algumas legislações.¹ Por esse negócio jurídico, uma das partes obriga-se, contra retribuição, a promover habitualmente a realização (RA) de certos negócios, (RA) por conta da outra, em determinada zona, de operações mercantis, agenciando pedidos para esta (RA) e, eventualmente, representando-a na conclusão dos contratos (RA).

(RA) No Direito brasileiro, o tipo contratual em questão foi regido inicialmente pela Lei nº 4.886/65,² que trata da atividade profissional do representante comercial autônomo. A nomenclatura desta lei sofreu críticas em virtude de o contrato nela disciplinado não envolver, necessariamente, *representação* de uma parte pela outra (o que decorre claramente do art. 1º, *caput* e parágrafo único, do próprio diploma legal). Preferível, de fato, designá-lo como *contrato de agência*.

O Código Civil de 2002, contudo, alterou profundamente o regime do contrato de agência, ora previsto em seus arts. 710 a 721. Deve-se reconhecer, não obstante, que a Lei nº 4.886/65 continua em vigor, seja por não ter sido expressamente revogada, seja em função do disposto no art. 712 do Código Civil, pelo qual ao contrato de agência aplicam-se as regras “cons-

1 Alemanha, Áustria, Suécia, Noruega, Dinamarca, Holanda, Itália (Código Civil italiano), França.

2 (RA) Alterada pela Lei nº 8.420/92 (RA).

tantes de lei especial". Cabe, então, à doutrina e a jurisprudência, no silêncio do legislador, a tarefa de compatibilizar os dispositivos da lei do representante comercial com os do Código Civil.

Em primeiro lugar, da análise comparativa dos dois textos legais parece não haver dúvida de que se trata do mesmo tipo contratual. Com efeito, a função econômico-social do contrato descrito no art. 710 do Código Civil é idêntica à do contrato regulado pela Lei nº 4.886/65, a saber, a realização de determinada atividade (promoção de negócios em certa área, à conta e, eventualmente, também em nome de outrem) contra uma retribuição.

A distinção entre eles cinge-se apenas ao fato de que o art. 1º da Lei nº 4.886/65 limita a atividade do agente à promoção de "negócios mercantis", ao passo que o art. 710 do Código Civil de 2002 refere-se, de modo mais amplo, à promoção de "certos negócios". A mudança deve-se à unificação do direito das obrigações operada pelo novo Código.

Desse modo, atualmente o contrato de agência encontra-se regulado precipuamente pelas normas gerais contidas no Código Civil de 2002, mas também pelas normas da Lei nº 4.886/65. O que justifica a manutenção de dois corpos normativos a regular o mesmo tipo contratual é a peculiaridade da agência regulada na Lei nº 4.886/65. Esta, ao contrário do tipo previsto no Código Civil, tem por objeto a promoção de negócios *mercantis*, de modo a constituir um *subtipo* do contrato de agência. Poder-se-ia cogitar, em tese, da aplicabilidade da lei do representante comercial à atividade de promoção de quaisquer negócios empresariais, não somente os mercantis, por força do disposto no art. 2.037 do Código Civil. Parece-nos, contudo, que o esvaziamento da distinção entre a agência regulada no Código Civil e aquela prevista na Lei nº 4.886/65 não foi o objetivo do legislador. Caso contrário, não se justificaria a permanência de uma *lei especial*, nem a observação de que ao contrato de agência do Código Civil aplicam-se, *no que couber*, as regras constantes desta lei especial.³

Dito isto, deve-se analisar a recíproca influência existente entre o Código Civil e a lei do representante comercial. Tendo em vista que as regras gerais do primeiro fixam a disciplina básica do tipo contratual, devem ser consideradas revogadas as normas da Lei nº 4.886/65 incompatíveis com as do Código Civil. É o caso, *v.g.*, do art. 31, parágrafo único, segundo o qual a exclusividade da prestação, em favor do agente, não se presumia caso não houvesse ajuste expresso, norma contrária à primeira parte do art. 711 do

3 (RA) Art. 721 do Código Civil (RA).

Código Civil; e também do art. 34, que condicionava a rescisão unilateral do contrato, quando celebrado por tempo indeterminado, a aviso prévio de 30 (trinta) dias, incompatível com o art. 720 do Código Civil, que exige aviso prévio de, no mínimo, 90 (noventa) dias, podendo ser superior quando necessário em virtude dos investimentos realizados pelo agente.

Por outro lado, dada a peculiaridade do subtipo de agência regulado na Lei nº 4.886/65, somente a ele se aplicarão as normas específicas nela contidas, notadamente aquelas relativas à obrigatoriedade de inscrição do agente no respectivo Conselho Regional dos Representantes Comerciais. Entretanto, as normas de índole geral constantes da lei do representante mercantil poderão ser aplicadas ao contrato de agência cujo objeto for a promoção de negócios não-mercantis. É o caso, *v.g.*, da regra que enumera as causas justificativas da rescisão unilateral do contrato, contida nos arts. 35 e 36 do diploma legal (RA).

Entram em sua composição (RA) do contrato de agência (RA) os seguintes elementos:

- 1) a obrigação do agente de promover a conclusão de contratos por conta do preponente (RA), também, chamado, no Código Civil, "proponente" (RA);
- 2) habitualidade do serviço;
- 3) delimitação da zona onde deve ser prestado;
- 4) direito do agente à retribuição do serviço que presta;
- 5) exclusividade e independência de ação.

O traço marcante é a autonomia na prestação de serviço.

Os direitos e obrigações principais das partes não revelam, sem outros traços, o seu perfil. Dentre os elementos de caracterização, salientam-se: a estabilidade da relação jurídica, a delimitação da zona de atividade, a ação autônoma do agente, concessionário, distribuidor ou representante, e (RA), no tocante à agência regulada pela Lei nº 4.886/65, (RA) o registro em órgão competente.⁴

Há (RA) o agente (RA) de exercer profissionalmente a atividade. A habitualidade é, por outras palavras, necessária à configuração do contrato.

4 V. Rubens Requião, *Do Representante Comercial*, p. 32. Sustenta, com Pontes de Miranda, que são distintas as figuras do agente e do representante comercial.

A relação contratual não é de prestação única, que se esgote com o cumprimento, mas, sim, de duração.

O contrato deve delimitar a zona em cujos limites se há de circunscrever a atividade do agente. Pouco importa sua extensão. Tanto pode ser um país como um distrito, mas a delimitação é indispensável. Contrato que não a estipule de agência não é. Não podem as partes, portanto, prescindir da determinação desse elemento natural do contrato.

A prerrogativa de exclusividade não é intrínseca à relação de agência; tanto para o agente como para o preponente. Admissível, assim, que se valha este, contemporaneamente, de vários agentes para a venda de suas mercadorias na mesma zona, como nada obsta a que o agente, na mesma circunscrição territorial, promova operações para diversos preponentes. Posto se convencie, de ordinário, a exclusividade, não constitui elemento natural do contrato. Por isso, permitem as leis que a cláusula de *exclusividade* seja eliminada. (RA) A inexistência de exclusividade, entretanto, deve ser expressamente pactuada⁵ (RA).

A independência da ação do agente permite distingui-lo do *empregado*. Não há subordinação hierárquica na relação do representante comercial com o preponente; quando existe, o contrato passa a informar uma relação de emprego. Subordinação inexistente, em princípio, se entendida na acepção estrita de vínculo de natureza pessoal que implica direção dos serviços a serem prestados. Subordinação, entretanto, existe, porque o trabalho do agente há de ser executado conforme as instruções do preponente,⁶ a quem deve, a mais, prestar contas da atividade exercida, embora, no seu exercício, goze o agente de autonomia. Tanto não existe a dependência pessoal que uma pessoa jurídica pode ser agente, o que não se admite no contrato de trabalho, no qual o serviço há de ser prestado, necessariamente, por pessoa física. Nada impede que quem preste serviços próprios dos agentes execute a prestação na condição de empregado. Pouco importa, finalmente, que a lei dispense ao agente proteção similar à de certa categoria de empregados. A política legislativa não subverte a natureza do contrato nem atribui a uma de suas partes condição diversa.

O Direito alemão subdivide os *agentes* em duas classes: os *autônomos* e os *empregados*, inspirando, no particular, o legislador pátrio.

5 (RA) Art. 711 do Código Civil (RA).

6 (RA) Art. 712 do Código Civil (RA).

Tendo, pois, causa específica e se distinguindo por traços peculiares, o contrato de agência ou representação comercial, outrora inominado, passou a integrar, como contrato típico, o elenco das relações contratuais especialmente reguladas nos Códigos, devido à importância econômica que granjeou, tornando-se *usual*.

Distingue-se de outras espécies contratuais, tais como o mandato, o contrato de trabalho, o de prestação de serviços, a mediação e a comissão.

Do mandato pela natureza da atividade exercida pelo agente, extensão de sua responsabilidade e natureza de sua colaboração, que não é ocasional.⁷

Do contrato de trabalho, porque a atividade do agente não está subordinada ao poder de comando que tem o empregador sobre o empregado. O trabalho de agente é *autônomo*, mas nem por isso se confunde com o contrato de prestação de serviço, porque é de caráter duradouro e deve ser encarado globalmente.

Da mediação distingue-se, finalmente, porque os encargos do agente têm de ser cumpridos habitual, e não eventualmente. Ademais, caracteriza-se a mediação pela imparcialidade e porque o corretor não tem parte ativa no contrato.

Por último se distingue da *comissão* porque o *comissário* age em nome próprio por conta de outrem, enquanto o *agente* não atua em nome próprio, nem por conta própria.

(RA) Não obstante as distinções apontadas, prescreve o art. 721 do Código Civil que à agência aplicam-se, nò que couber, as regras do mandato e da comissão (RA).

300. Figuras características. A exigência econômica de representação em determinada zona dos interesses de industriais e comerciantes sem os ônus e despesas de uma filial ou outra dependência própria deu causa à expansão de um contrato inominado que passou a ser regulado com a denominação de *contrato de agência*.

Várias categorias de *agentes* se formaram, desde aquele que organizou grande empresa ao modesto trabalhador economicamente dependente do comitente.

Figuras características e atípicas de agentes surgiram, tais como a do *agente depositário*, a do *agente livreiro*, a do *agente propagandista*, a do *agente cinematográfico*, a do *agente esportivo* e tantos outros.⁸

7 V. Baldi, *Il Contratto di Agenzia*, pp. 32 e segs.

8 Baldi, *Il Contratto di Agenzia*, pp. 259 e segs., para quem a distinção reside no objeto do contrato: no *mandato*, cumprimento de atos jurídicos; na *agência*, atos materiais e,

O *agente depositário* encarrega-se de armazém (depósito) do preponente ou dele próprio, entregando a mercadoria diretamente ao comprador. Não se trata de contrato misto ou coligado ao de depósito.

O *agente livreiro* incumbe-se de promover a venda de livros por conta das editoras, mediante comissão, em determinada zona, geralmente com exclusividade.

O *agente propagandista*, utilizado habitualmente na indústria farmacêutica, exerce atividade colateral pela distribuição de amostras, só se caracterizando como *trabalhador autônomo* se o serviço de propaganda tiver retribuição proporcional ao montante das vendas de produtos dos quais tinha feito a propaganda.

O *agente cinematográfico* ou *teatral* celebra contrato de agência somente quando exerce, por exclusiva conta do autor, uma atividade de colaboração contínua para a obtenção de contratos. Distingue-se do *agente* que se encarrega de promover contratos, em determinada zona, para a exibição de produções cinematográficas ou teatrais.

Tem igual configuração o *agente esportivo*.

Figura muito conhecida por ser necessário *auxiliar* e colaborador muito estreito das companhias seguradoras é o *agente de seguros*. Trata-se de agente que pode exercer sua atividade numa relação de trabalho autônomo ou subordinado. O primeiro distingue-se pelo *poder de representação* que lhe assegura a faculdade de concluir contratos, e por não ser preposto de filial ou agência da própria companhia que esteja sujeito à direção do respectivo administrador ou gerente.

301. Qualificação profissional do agente. Nas legislações (RA), como a nossa, (RA) que disciplinam o contrato de agência como espécie autônoma, somente se considera agente quem se obriga a promover habitualmente negócios por conta de outrem, em determinada zona.⁹ Qualificam-no, portanto, objetivamente. Por outras palavras: é sua posição na relação contratual de agência que lhe define a qualificação profissional.

e quando este envolve representação, o poder de decisão permanece sempre com o preponente.

9 (RA) Art. 710 do Código Civil (RA).

Pela natureza de sua atividade e modo de exercício, deve incluir-se (RA) o agente entre os empresários (RA), não só porque a habitualidade constitui elemento essencial do contrato, mas, também, porque, ainda sendo pessoa física, organiza-se, inevitavelmente, sob a forma de empresa. Promovendo negócio por conta de outrem, concorre o agente para a circulação da riqueza, no exercício de atividade com fim lucrativo.

Agentes, nesse sentido, não devem ser considerados, por conseguinte, os que realizam os mesmos atos na condição, porém, de empregado. Para evitar a confusão, preferem alguns qualificar o agente propriamente dito como *distribuidor* ou como *representante comercial*.

Por outro lado, submetem-se a disciplina jurídica particular certas relações contratuais que se não ajustam perfeitamente ao esquema legal típico e se qualificam como agentes certas pessoas que, objetivamente, não têm tal condição. Assim, os agentes de navegação, de turismo, de expedição e de colocação. Agentes de seguros se denominam, não raro, simples corretores. Confundem-se, outrossim, o mero praticista com o agente genuíno. Em suma, a qualificação profissional do agente requer perfeito ajustamento de sua atividade aos elementos distintivos do contrato para evitar-se a aplicação de suas regras a comissários, concessionários, mediadores ou simples empregados.

Do contrato devem constar necessariamente a indicação do objeto da representação, a determinação da zona em que será exercida, a garantia da exclusividade e o importe da indenização por rescisão sem justa causa.

302. Agentes, viajantes e praticistas. Dos *agentes* propriamente ditos distinguem-se os *viajantes* e *praticistas*. Vendem estes também por conta e risco de outrem, mas em condições jurídicas diferentes. Aproximam-se, porque não são vendedores em nome próprio e exercem habitualmente a atividade. Afastam-se, entretanto, porque viajantes e praticistas integram a empresa a que prestam serviços, enquanto o agente se conserva do lado de fora, constituindo, ele próprio, uma empresa.

A atividade dos viajantes e praticistas, posto compreendida no âmbito da empresa a que pertencem, se exerce fora do estabelecimento, distinguindo-se, por esta circunstância, de outros vendedores, denominados balconistas, que desempenham suas funções internamente. Praticistas e viajantes são vendedores externos.

O viajante é o preposto encarregado de vender mercadorias em diversas praças que deve visitar periodicamente e praticista quem se incumbe de

vendê-las em uma só praça. O centro de atividade deste é fixo, exercendo-a no local do estabelecimento, seja ou não sua sede. Já o viajante, pela própria natureza de sua profissão, tem de se deslocar de praça em praça, percorrendo a zona destinada ao exercício de sua atividade. A diferença entre um e outro reside, assim, na extensão da zona de trabalho, que, sendo maior para o viajante, lhe enseja naturalmente maior liberdade de ação.

Viajantes e praticistas não são mandatários, embora a natureza dos serviços que prestam exija que representem o preponente. A representação, no caso, não tem como suporte o contrato de mandato, mas a própria relação jurídica de emprego.

As peculiaridades da profissão exigem que o contrato de praticistas e viajantes seja disciplinado por disposições particulares. No sistema jurídico de alguns povos, entre os quais o do país,¹⁰ essa particular modalidade de contrato de trabalho é objeto de lei especial.

Enquanto, pois, o agente é auxiliar autônomo (RA) da empresa (RA), os viajantes e praticistas são empregados, trabalhando sob a dependência do preponente, e sujeitos, portanto, à disciplina legal diversa.

Distingue-se, em suma, o agente do viajante ou praticista pelo modo de exercício da atividade. Age o primeiro com autonomia, os outros com subordinação. É o agente trabalhador autônomo. São trabalhadores subordinados os praticistas e viajantes. Como, entretanto, o agente deve obedecer a certas diretrizes traçadas pelo preponente, e os viajantes precisam agir com relativa autonomia, assim como outros vendedores-empregados, não é fácil, em certas situações, definir a condição do preposto. Como indicação, podem aceitar-se os seguintes elementos de caracterização do viajante, embora sejam alguns circunstanciais: a colocação à disposição da empresa da energia de trabalho durante certo lapso de tempo, diário, semanal ou mensal; a obrigação de comparecer pessoalmente; a obrigação de obedecer aos métodos de venda da empresa; a fixação de período para a viagem pela empresa; o recebimento de instruções sobre o aproveitamento da zona; a elaboração de relatório de visitas e ocorrências; e a obediência ao regulamento da empresa.¹¹

Nada impede, entretanto, que a atividade seja exercida para mais de um preponente, simultaneamente, sem quebra do vínculo de subordinação, não sendo a exclusividade, portanto, decisivo elemento de caracterização da condição de viajante ou praticista.

10 Lei nº 3.207, de 18 de julho de 1957.

11 M. Cardone, *Viajantes e Praticistas no Direito do Trabalho*.

303. Cláusula de exclusividade. A cláusula de exclusividade constitui a regra no *contrato de agência*. Em princípio, não pode o preponente valer-se de mais de um agente na mesma zona. Não deve este, do mesmo modo, incumbir-se da promoção de negócios, no ramo de atividade, para mais de um preponente. A concorrência natural entre preponentes impede, obviamente, que o agente trabalhe ao mesmo tempo para os que produzem ou vendem mercadorias similares. Prevalece, assim, a seguinte norma: para toda zona e todo ramo de atividade, um só agente; e um só preponente para cada agente.¹²

Não é, porém, a exclusividade requisito essencial do contrato de agência. Mediante ajuste expresso, pode o agente exercer sua atividade na mesma zona e no mesmo ramo de atividade, para mais de um preponente e esse manter mais de um agente.¹³ Esse ajuste não desnatura de modo algum o contrato de agência.

Pode a exclusividade ser *unilateral* ou *recíproca*. De regra, reveste a última forma. A exclusividade unilateral não favorece a atividade do agente nem convém aos interesses do preponente.

A exclusividade recíproca não impede ao preponente a realização direta de negócios na zona reservada ao agente. A este se assegura, porém, o direito a remuneração correspondente às operações diretamente concluídas pela outra parte. Perceberá, portanto, a comissão como se houvesse interferido na conclusão do negócio.¹⁴ A despeito dessa vantagem, seria inadmissível a liberdade ilimitada do preponente de realizar negócios sem a interferência do agente, visto que seu exercício acabaria por subtrair a clientela deste, tornando-o dispensável. Impossível, não obstante, traçar, na lei, os limites da liberdade do preponente.

O inadimplemento da obrigação de respeitar a exclusividade em favor da outra parte constitui justa causa de rescisão de contrato.

304. Obrigações e direitos do agente. Surgem do contrato de agenciamento para ambas as partes direitos e obrigações recíprocos.

Deve o agente exercer sua atividade conforme as instruções recebidas do preponente.¹⁵ Conquanto se lhe reconheça relativa autonomia na execu-

12 Barbero, *Sistema Istituzionale del Diritto Privato Italiano*, vol. II.

13 (RA) Art. 711 do Código Civil (RA).

14 (RA) Art. 714 do Código Civil (RA).

15 (RA) Art. 712 do Código Civil (RA).

ção dos serviços que presta, há de conformar-se às determinações dadas. Transgressão que cometa constitui justa causa para rescisão do contrato.

Obrigação inerente à sua função é a de transmitir à outra parte informações das condições do mercado e perspectivas de vendas. Cumpre-lhe ainda prestar esclarecimentos a respeito da solvabilidade da clientela e atuação dos concorrentes, bem como sobre a marcha dos negócios a seu cargo.¹⁶ Em certos contratos costuma-se estipular a obrigação do agente de dar um mínimo de produção.

Direito lhe assiste, por outro lado, a que sejam atendidos seus pedidos, proporcionadas as condições, portanto, para que possa exercer profissionalmente sua atividade. Caso não esteja previsto no contrato o volume de negócios que lhe incumbe promover, o agente tem liberdade de ação, não podendo, entretanto, realizá-los em número que exceda a capacidade de produção do preponente.

Dois direitos do agente justificam considerações mais longas: o *direito de exclusividade* e o *direito à remuneração*. O primeiro não se presume. (RA) só pode ser afastado mediante ajuste expresso¹⁷ (RA).

Deve o agente diligenciar para que os clientes recebam com regularidade as mercadorias compradas, entendendo-se que ele é representante do preponente para receber as reclamações relativas à inexecução contratual, plena, ou não, como, por exemplo, as que dizem respeito aos vícios das mercadorias recebidas.

Salvo estipulação em contrário, correm à conta do agente as despesas decorrentes do exercício de sua atividade profissional, ainda as indiretas, incluídas as de propaganda do produto.¹⁸ Cumpre, finalmente, ao agente prestar contas dos negócios realizados no interesse do preponente, mas essa obrigação não implica a de subordinação da eficácia de seus pedidos à aceitação do preponente. Limita-se a avisá-lo da conclusão definitiva dos negócios. A necessidade de ratificação do preponente desfiguraria o contrato.

Tem o agente a liberdade de organizar sua atividade do modo que lhe pareça mais conveniente, empregando seu tempo como quer. Permitido lhe é admitir, sob sua responsabilidade, subagentes, que trabalhem sob sua imediata direção.

16 (RA) Art. 28 da Lei nº 4.886/65 (RA).

17 (RA) Art. 711 do Código Civil (RA).

18 (RA) Art. 713 do Código Civil (RA).

305. Direito à retribuição. Pelo exercício de sua atividade, faz jus o agente à retribuição, que se calcula na base de percentagem sobre o valor do negócio concluído. Nesse caso, recebe *comissão*. Nada impede, todavia, que perceba remuneração fixa para promover certo número de operações. Combinam-se, não raro, duas formas de pagamento: fixa e variável.

Quando a retribuição se estipula sob a forma de *comissão*, o direito a percebê-la condiciona-se à execução do contrato celebrado com o comprador. Se por fato independente da vontade do comitente o negócio não se realiza, a comissão não é devida. Se a execução foi parcial, reduz-se proporcionalmente. Não é, pois, a conclusão do contrato a causa determinante do direito do agente a perceber a comissão, mas sua regular execução.

Contudo, se a inexecução se deve a causa imputável ao preponente, não deve o agente suportar as conseqüências desse comportamento. Assiste-lhe, portanto, direito à comissão, como se o contrato fora regularmente executado.¹⁹

Nos contratos de execução fracionada em prestações, o agente não faz jus ao recebimento da comissão de uma só vez, mas à medida que as prestações se vencem. Sobrevive esse direito à extinção do contrato, sendo devidas as comissões que se venceram quando o agente já esteja desvinculado do preponente.

A retribuição deve ser paga ao agente exclusivo, se, em sua zona, realizam-se negócios sem sua participação.²⁰ A conclusão direta desses negócios não o priva da comissão. Admite-se ainda que faça jus à sua percepção, sem ter concluído o respectivo contrato, quando subagentes são autorizados, sob essa condição, a trabalhar na mesma zona.

Todas essas regras admitem estipulação em contrário. Prevalecem, por conseguinte, se as partes não houverem ajustado diferentemente as condições de remuneração.

Na hipótese de não terem estipulado a forma e o montante da retribuição, será fixada segundo os usos dominantes na praça, devendo o juiz levar em conta o modo de proceder em relação à distribuição de mercadorias congêneres ou aos contratos análogos. O contrato de agenciamento é essencialmente oneroso, não se admitindo que a falta de estipulação dos proventos devidos ao agente signifique sua gratuidade.

19 (RA) Art. 716 do Código Civil (RA).

20 (RA) Art. 714 do Código Civil (RA).

Cumpra distinguir as hipóteses de execução do contrato para o fim de separar os modos de percepção da comissão. Pode o cliente pagar ao agente o preço das mercadorias adquiridas ou efetuar o pagamento diretamente ao comitente. No primeiro caso, o agente, ao transferir a quantia recebida, deduz sua comissão. No segundo, o comitente a estorna, creditando-as ao agente para acertos periódicos, geralmente mensais.

Nenhuma retribuição é devida ao agente se a falta de pagamento resulta de insolvência de comprador ou desfazimento da compra por ele próprio.

306. Resilição do contrato. Na resilição por vontade de uma das partes, cumpre distinguir o contrato por tempo determinado do que se estipula sem determinação de prazo. Na primeira hipótese, somente se justifica a resilição *ante tempus* se uma das partes violar obrigação contraída. Caso contrário, sujeita-se ao pagamento (RA) da remuneração até então devida, inclusive sobre negócios pendentes, bem como (RA) de perdas e danos.²¹ Se o contrato é por tempo indeterminado, qualquer das partes pode denunciá-lo, a todo tempo, com ou sem justa causa. Ocorrendo inadimplemento contratual, a relação pode ser dissolvida sem conseqüências para a outra parte. (RA) Nessa hipótese, o agente tem direito à remuneração pelos serviços úteis prestados ao preponente, ressalvada eventual indenização pelos prejuízos causados ao preponente em decorrência da extinção do contrato²² (RA). Não havendo motivo justo deve a resilição ser precedida de aviso, ficando o rescindente obrigado a pagar ao outro contratante a indenização competente.²³ O pré-aviso é de (RA) no mínimo 90 (noventa) dias, ou prazo compatível com os investimentos realizados pelo agente²⁴ (RA).

A resilição por declaração unilateral de vontade assemelha-se, na forma e efeitos, à do contrato de trabalho. Conservam as partes o direito potestativo de denunciar o contrato, em qualquer momento, por mero arbítrio. Como, entretanto, a resilição brusca pode ocasionar danos, exige a lei o aviso prévio, e prevê o pagamento de indenização específica. A denúncia imotivada é mais grave, no contrato de trabalho, para o empregado; no contrato de agência o uso da faculdade de resilir pelo agente traz mais sérias

21 (RA) Art. 718 do Código Civil e art. 27, §1º, da Lei nº 4.886/65 (RA).

22 (RA) Art. 717 do Código Civil (RA).

23 (RA) Art. 720 do Código Civil e art. 27, alínea j, da Lei nº 4.886/65 (RA).

24 (RA) Art. 720 do Código Civil (RA).

conseqüências para o preponente, pela desorganização dos negócios que lhe acarreta, na zona, não raro em razão da perda da clientela.

As exigências legais não se limitam, porém, ao aviso prévio. A parte que toma a iniciativa de resilir o contrato deve, ademais, pagar indenização à outra, que, quanto ao agente, se aproxima da que cabe ao empregado. No Direito italiano é verdadeira indenização de antiguidade, consistindo no pagamento de importância calculada sobre a média de comissões e os anos de trabalho. Entre nós, sendo omissa o contrato, o montante não deve ser inferior a (RA) 1/12 (um doze avos) (RA) do total da retribuição auferido no exercício da representação.²⁵ Sustentam alguns que o direito do agente à indenização não se condiciona à natureza do contrato, pouco importando que seja por tempo determinado ou indeterminado. Segundo os partidários dessa teoria, a expiração do contrato por tempo determinado também daria lugar ao pagamento da indenização.

Vigora em relação ao contrato de agência o princípio segundo o qual se converte em contrato por tempo indeterminado o que continua pela recondução tácita.²⁶ Não enunciam as leis as justas causas de resilição do contrato de agência. Esta não é, entretanto, a orientação da lei brasileira; pois discrimina tanto os motivos justos para a rescisão do contrato pelo *representado* como os que justificam a resilição pelo *representante*. Os primeiros são: a) (RA) incumprimento ou cumprimento desidioso (RA) das obrigações contratuais (RA) por parte do agente (RA); b) prática de atos que importem descrédito comercial do representado; c) condenação por crime infamante (RA); d) força maior²⁷ (RA). São motivos justos para o *agente* ou *representante* rescindir o contrato:

- a) redução da zona de atividade;
- b) quebra de exclusividade, se prevista no contrato;
- c) prática de atos tendentes a impossibilitar o exercício regular da atividade do representado;
- d) mora no cumprimento da obrigação de retribuir o representado (RA);
- e) força maior.²⁸

25 (RA) Art. 27, alínea j, da Lei nº 4.886/65 (RA).

26 (RA) Art. 27, § 2º, da Lei nº 4.886/65 (RA).

27 (RA) Art. 35 da Lei nº 4.886/65 (RA).

28 (RA) Art. 36 da Lei nº 4.886/65 (RA).

Na hipótese de o preponente cessar o atendimento das propostas ou reduzi-las de modo a tornar o contrato antieconômico, fará o agente jus à indenização²⁹ (RA).

Ocorrendo *justa causa* para a rescisão do contrato, pode o preponente reter comissões devidas ao agente.³⁰ Qualquer que seja a causa para rescisão, se for dada pelo representado, o representante faz jus à indenização como se fora imotivadamente dispensado.

A Justiça comum é que tem exclusiva *competência* para julgar as controvérsias entre representante e representado.³¹

29 (RA) Art. 715 do Código Civil (RA).

30 (RA) Art. 37 da Lei nº 4.886/65 (RA).

31 (RA) Art. 39 da Lei nº 4.886/65 (RA).

Capítulo 34

CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO

Sumário: 307. Agenciamento e distribuição. 308. Caracterização. 309. Conteúdo. Obrigações do concedente. 310. Obrigações do concessionário. 311. Extinção.

307. Agenciamento e distribuição. O exercício da profissão de agente confunde-se, às vezes, com a do *distribuidor* ou *concessionário de venda*, mas as duas figuras são distintas. O *distribuidor* é comerciante autônomo. Negocia por sua conta e risco. Constitui categoria econômica correspondente ao exercício de atividade lucrativa peculiar.

Consiste essa atividade na revenda de produtos, mercadorias ou artigos que compra ao fabricante e distribui com exclusividade, comercializando-os em certa zona, região ou área.

A *concessão de venda* formaliza-se mediante *contrato de adesão*. Para todos os distribuidores da rede, o fabricante estabelece *condições gerais*, isto é, *cláusulas uniformes*, aceitas sem discussão.

A contrapartida da vendas que faz não é como sucede com os *agentes*, uma *comissão* calculada sobre o preço, mas o *lucro* obtido com as vendas, feitas, que são, no interesse próprio, enquanto o agente, mesmo exclusivo, vende mercadoria de outrem, por conta e no interesse deste. O *agenciamento* supõe *representação*; a *distribuição* é incompatível com esta.

Em ambos os contratos é usual a determinação da quantidade mínima de produtos que tem de ser comercializada, mas no *contrato de agência* a falta de cobertura da quota não acarreta prejuízos patrimoniais, como na *distribuição*.

A atividade *distribuidora* economicamente mais importante no país é a que consiste na revenda autorizada de veículos automotores – automóveis, caminhões, ônibus, tratores, motocicletas e similares. A implantação

de fábricas produtoras de tais veículos provocou a disseminação, no território nacional, de empresas constituídas para sua comercialização. As relações dessas empresas com os fabricantes não tinham disciplina legal própria, nem encontravam regras aplicáveis num esquema normativo típico de caráter geral. Vem, afinal, o diploma especial¹ reclamado pela rede distribuidora. Conquanto se limite a regular, para o setor, o contrato de distribuição, suas disposições, com exceção de umas poucas, podem ser aplicadas, por analogia, às outras relações entre produtores e distribuidores.

O contrato de *distribuição* é denominado, na lei, *concessão comercial*. Adotada esta terminologia, ter-se-ia de chamar às *partes*, respectivamente, *concedente* e *concessionário*, mas como estes termos se empregam em relações jurídicas bastante diferentes, preferiu-se chamá-las *produtor* e *distribuidor*. Melhor fora designar o produtor – vocábulo genérico – como *fabricante*, por isso que tem esta condição, basicamente no contrato de distribuição, o industrial que fabrica as máquinas, que realiza a fabricação, como se exprimiu o legislador. O fabricante é sempre uma *sociedade* proprietária da empresa. A outra parte, a *distribuidora*, é a pessoa física ou jurídica que se obriga a *revender* os produtos comprados ao industrial e, conforme o objeto da concessão, a prestar assistência técnica às máquinas revendidas.

Objeto do contrato é a *comercialização* dos bens produzidos e fornecidos pelo fabricante. Completa-se, não raro, com a obrigação de prestar assistência técnica e com a de usar a marca da fábrica.

Quanto à *forma*, exige-se que o contrato se celebre por instrumento particular, impraticável como seria, em face da complexidade da relação, o emprego da forma verbal. Na *distribuição* de veículos automotores, a *forma escrita* deve ser *padronizada* em relação a cada *marca*. Condições indeclináveis não de integrar o conteúdo do contrato, tais como a especificação dos produtos, a demarcação da área, a quota mensal de compra.

(RA) O Código Civil de 2002 não contribuiu para dirimir a confusão, por vezes feita, entre agência e distribuição. Ao contrário, designou como “distribuição” a modalidade de contrato de agência em que o agente tem à sua disposição a coisa a ser negociada.² Deve-se observar, contudo, que a posse da coisa a ser negociada, em depósito ou consignação, não transforma a agência no contrato de distribuição propriamente dito, caracterizado,

1 Lei nº 6.729, de 28.11.1979.

2 (RA) Art. 710, parte final, do Código Civil (RA).

como visto, pela atividade empresarial de revenda de bens, por conta e risco do distribuidor. Conclui-se que o contrato de distribuição previsto no Código Civil não se identifica com o tipo social do contrato de distribuição, o qual, não obstante vir tratado com o mesmo nome do tipo legal, possui características dele distintas. A distribuição, no sentido de *revenda de bens por conta e risco do distribuidor*, permanece contrato atípico no direito brasileiro, à exceção da revenda de veículos automotores.³ É neste sentido, tecnicamente mais correto e mais relevante do ponto de vista prático, que a expressão vem empregada no presente capítulo (RA).

308. Caracterização. O contrato de distribuição é *sinagmático, oneroso, comutativo, simplesmente consensual, formal, de adesão*.

Com efeito, os direitos e obrigações das partes são recíprocos e interdependentes geneticamente; há entre as prestações troca de valores equivalente das coisas vendidas pelo fabricante e seu preço; produz efeitos desde o momento em que o fabricante e o distribuidor firmam-no; conclui-se por escrito; e suas cláusulas *padronizadas* costumam ser predeterminadas pelo industrial e aceitas, sem alternativa, pelo comerciante.

Algumas cláusulas contratuais têm de ser reprodução de regras incluídas na lei para defender e proteger os *distribuidores*, na linha da política de tutela do contraente mais fraco. Tais disposições voltam-se principalmente para a rescisão do contrato, e algumas, como a que prescreve a conversão da cláusula estipulatória de prazo contratual em regra de prazo indeterminado, intrometem-se durante a sua vigência, ainda em curso, ferindo direito adquirido.

A lei da *concessão comercial* entre produtores e distribuidores não consente que esse contrato seja de *prazo determinado*⁴ e não admite *rescisão imotivada*, estabelecendo sanções econômicas para punir o *concedente* que dê causa à rescisão do vínculo contratual.⁵ Também o *concessionário* (distribuidor) pode ter de indenizar a outra parte, se tiver igual comportamento.⁶

309. Conteúdo. Obrigações do concedente. O conteúdo do contrato de distribuição enche-se de cláusulas impostas em grande parte pela lei,

3 (RA) Lei nº 6.729/79 (RA).

4 (RA) Art. 21 da Lei nº 6.729/79 (RA).

5 (RA) Arts. 24 e 25 da Lei nº 6.729/79 (RA).

6 (RA) Art. 26 da Lei nº 6.729/79 (RA).

todas conexas às obrigações típicas que o contrato gera. Antes, pois, de enunciá-las, é preciso definir tais obrigações.

A *obrigação nuclear* do concedente ou fabricante, por ser um elemento essencial do contrato, é possibilitar a realização do serviço transferido ao concessionário, ou seja, a venda ao consumidor dos bens compreendidos na concessão, na forma, no tempo e na quantidade previstas. A venda ao concessionário para que este revenda as unidades compradas é, afinal, a *causa* do contrato. Decidindo, como decide, entregar a outrem a *distribuição* dos seus produtos, o concedente deve ter conduta consistente em proporcionar e assegurar ao concessionário condições indispensáveis ao exercício de sua atividade, abstendo-se da prática de atos que possam dificultá-la, notadamente atos de concorrência.

A segunda obrigação fundamental do concedente é a entrega ao concessionário dos bens convencionados, na espécie e qualidade prometidas. É comum, no contrato de distribuição, inserir-se a *cláusula de quota* para compelir o concessionário a comprar certa quantidade de unidades em períodos determinados e sucessivos na vigência do contrato. Esta medida de segurança é, do mesmo passo, uma *obrigação* a ser cumprida também no interesse do concessionário e que poderá exigir a entrega da *quota*, isto é, do número mínimo de unidades, no período determinado. A *cláusula de quota*, usual na distribuição de veículos automotores, tem repercussões importantíssimas na mecânica do contrato. Em primeiro lugar, se o concedente se obriga a vender todo mês determinada quantidade de produtos de sua fabricação e o concessionário se obriga a comprá-los por preço certo ou determinável, a compra e venda poderia ser considerada uma só para todas as unidades alienadas no curso do contrato, enquanto que, se no contrato não houver tal *cláusula*, o que há é uma série de vendas, concluídas à medida que o concessionário encaminha pedidos ao fabricante. A consequência maior da venda única é que, se o concessionário recusar o recebimento das unidades da quota, terá, não obstante, de pagar o preço. A solução preferível é, no entanto, a que considera haver inexecução contratual da parte do concessionário, que autoriza o concedente a rescindir o contrato.⁷ Alguns elementos constitutivos da venda para distribuição, como, por exemplo, o preço, apresentam-se com particularidade. Mesmo na venda única, o preço não é

7 Buisson, Lagger, Tandeau de Marsac, *Étude sur le Contrat de Concession Exclusive*, p. 59.

invariável. Sua determinação faz-se no momento ou período da entrega do produto, sendo tarifado para alguns destes, como os automóveis; mas, segundo alguns, a sua fixação, ao ser concluído o contrato, é indispensável, sob pena de nulidade. No entanto, a dificuldade pode ser contornada, tornando-o reajustável, vale dizer, determinável. Nos grandes contratos de distribuição, como os de petróleo, automóveis, máquinas, o aumento do preço depende de autorização governamental, visto que o preço é tarifado. Ainda nesses contratos, costuma ser pago por antecipação. Se o preço é, finalmente, pago depois da revenda do produto e esta é permitida em prestações, deve o concessionário transferi-las ao concedente, com o desconto da sua impropriamente chamada *comissão*.

Outras obrigações tem o concedente que não são impostas ou não derivam de fonte legal. A mais importante é a de conceder *exclusividade* ao concessionário. Contraída que seja, não lhe é lícito nomear outro concessionário. Se viola o dever de não fazê-lo, o segundo concessionário deve ser compelido a fechar as portas,⁸ sem prejuízo do seu direito de pleitear do concedente a competente indenização.

Em alguns contratos, o concedente assume a obrigação de fazer propaganda ou publicidade dos serviços do concessionário, geralmente nas concessões exclusivas.

Ligada à rescisão do contrato, costuma-se, em alguns contratos, estipular, para o concedente, a obrigação de ficar com o estoque do concessionário ao preço de revenda no momento em que for rescindido, mas em outros, a norma seguida é autorizar o concessionário a vender as peças, depois de expirado o contrato.

310. Obrigações do concessionário. As obrigações do concessionário distinguem-se, na sua grande maioria, por serem impostas pelo concedente em razão do interesse deste na regularização e normalidade da distribuição do seu produto. O modo de execução do serviço do concessionário tem repercussão no prestígio da marca do fabricante, sendo natural que, para resguardá-la, imponha ao concessionário múltiplas obrigações. Desta necessidade surge uma regulamentação contratual uniforme para toda a rede de distribuição, que se caracteriza pela sistematização de regras tão influentes no comportamento do concessionário que, traduzidas num conjunto de obrigações, implicam uma subordinação, um *status subjectionis*, até certo

8 J. M. Gastaldi, *El Contrato de Concesión Privada*, p. 252.

ponto incompatível com o exercício inerentemente independente da profissão de comerciante. Há seguramente uma relação de dependência que, nos contratos para a distribuição de determinados produtos, atinge o extremo de uma direção e uma fiscalização severas e rigorosas, assemelhando-se às que se executam no contrato de trabalho. Essa direção e fiscalização explicam-se pela necessidade que tem o fabricante de garantias permanentes da qualidade do serviço e da unificação, no território nacional, dos pontos de sua execução.⁹

Realmente, a primeira obrigação do concessionário – que é *distribuir* entre a clientela o produto, prestando conseqüentemente o *serviço* a que se compromete – é acompanhada e condicionada por um complexo de obrigações que atestam a dependência ou subordinação, característica do serviço de *distribuição*. Essas obrigações, chamadas *particulares*, são relativas à *organização administrativa e financeira* da concessionária, às *instalações*, ao *estoque* e às *garantias* aos terceiros-consumidores.

No empenho de facilitar a fiscalização, exige a concedente que a gestão administrativa e financeira das concessionárias obedeça a certas normas ou fórmulas, inclusive a sua contabilidade, variando, na intensidade, o controle que se considera necessário exercer. Tais limitações à liberdade do distribuidor no exercício de sua atividade comercial implicam obrigações indeclináveis, se estipuladas, sujeitando-se o descumprimento a sanções.

Quanto às *instalações*, inclusive de oficinas de reparos, são antes exigidas como uma condição para obter a concessão do que propriamente uma obrigação contratual. Esta existe, mas no plano da conservação e da qualidade do serviço prestado pela oficina de reparos e reposição de peças.

Uma das mais importantes *obrigações conexas* à prestação do serviço de *distribuição* é a do concessionário manter certo *estoque* do produto ou de peças, estas para revenda ou para reposição. Em certos contratos, a revenda das peças e de acessórios é monopolizada pelos concessionários por força de *cláusula de exclusividade*, mas esta prática é nociva à clientela do produto na medida em que constrange o cliente a adquiri-las unicamente nas lojas dos concessionários, sem que possa ser fiscalizada a obrigação de revenda a terceiro.

Muito significativa é, por último, a obrigação do concessionário de dar *garantia* do produto, sub-rogando-se na obrigação do fabricante. Se bem que receba do concedente, pela prestação do serviço, uma contraprestação,

a obrigação de prestar *garantia* exige oficina aparelhada e pessoal habilitado em cursos, geralmente organizados pelo próprio concedente, acarretando tal serviço grande responsabilidade para o concessionário. Interessante observar que o *serviço de garantia* representa uma obrigação contratual de cumprimento exigível pelo concedente, mas cuja prestação é executada para *terceiros*, não somente os clientes da concessionária, mas quem quer que haja comprado o produto em outra distribuidora ou agência.

Outras obrigações conexas ainda podem ser contraídas, tais como a do concessionário observar certos métodos de venda, admitir pessoal especializado, fazer publicidade e assim por diante.

Uma vez que a distribuição envolve venda, é obrigação essencial do distribuidor pagar ao fabricante o preço da compra que leva a efeito.

311. Extinção. O contrato de concessão comercial ou *distribuição* extingue-se:

- a) por distrato;
- b) por força maior;
- c) pelo advento de termo final.

Resolve-se por violação de preceito da lei que o rege, cometida no seu curso por uma das partes, infração de convenção ou de cláusula contratual. Nesta última hipótese, a pretensão resolutória não pode ser manifestada de primeira, devendo ser precedida da aplicação de sanções mais brandas.¹⁰ A resolução nunca produz eficácia imediata, cumprindo ao juiz fixar prazo, nunca inferior a cento e vinte dias, para a execução da sentença, durante o qual o concessionário tem de concluir suas operações.¹¹ A resolução do contrato pode também ser motivada pela conduta do *concedente*. Nesta hipótese, muda a terminologia legal, trocando-se o termo *resolução* por *rescisão*. Afastada a idéia de que o legislador teria usado os dois vocábulos como sinônimos, há de se entender que, se o concedente der causa ao rompimento do vínculo contratual, pode o concessionário ou distribuidor, independentemente de sentença judicial, considerá-lo rescindido e pleitear que o estoque das mercadorias seja readquirido pelo preço de venda ao consumidor pelo causador da *rescisão*, para além de outras reparações previstas

9 Buisson, Lagget, Tandeau de Marsac, ob. cit., p. 61.

10 (RA) Art. 22, § 1º, da Lei nº 6.729/79 (RA).

11 (RA) Art. 22, § 2º, da Lei nº 6.729/79 (RA).

na lei. Se for o *concessionário* quem motivar a rescisão, terá de pagar ao concedente a indenização correspondente a cinco por cento sobre o valor das mercadorias deste adquiridas nos últimos quatro meses.¹²

12 (RA) Art. 26 da Lei nº 6.729/79 (RA).

Capítulo 35

CORRETAGEM OU MEDIAÇÃO

Sumário: 312. Generalidades. 313. Natureza do contrato. 314. Direitos do corretor. 315. Obrigações e responsabilidades do corretor. 316. Extinção do contrato. 317. Formas particulares de mediação.

312. Generalidades. (RA) O Código Civil de 2002 inovou em relação ao Código Civil de 1916 e prescreveu a disciplina geral do contrato de corretagem ou mediação, notadamente no que concerne às obrigações do corretor e à sua remuneração.¹ Permanecem em vigor, entretanto, as diversas leis especiais regulando os subtipos do contrato.²

De acordo com a definição constante do art. 722 do Código Civil, consiste a corretagem no acordo pelo qual uma parte (o corretor) obriga-se a obter um ou mais negócios para a outra (o cliente ou dono do negócio), consoante as instruções dela recebidas, sem que haja entre as partes vínculo de mandato, prestação de serviços ou qualquer relação de dependência (RA).

Consiste a atividade do corretor em aproximar pessoas que desejam contratar, pondo-as em contato.

Cumpra sua função aconselhando a conclusão do contrato, informando as condições do negócio e procurando conciliar os interesses das pessoas que aproxima.

A relação jurídica entre as partes e o corretor não surge exclusivamente do negócio contratual de mediação, pois direitos e obrigações nascem também do simples fato de que o intermediário haja concorrido de modo

1 (RA) Arts. 722 a 729 do Código Civil (RA).

2 (RA) Art. 729 do Código Civil (RA).