

PRINCÍPIOS DO NOVO DIREITO CONTRATUAL E DESREGULAMENTAÇÃO
DO MERCADO – DIREITO DE EXCLUSIVIDADE NAS RELAÇÕES
CONTRATUAIS DE FORNECIMENTO – FUNÇÃO SOCIAL DO CONTRATO
E RESPONSABILIDADE AQUILIANA DO TERCEIRO QUE CONTRIBUI
PARA INADIMPLENTO CONTRATUAL

ANTONIO JUNQUEIRA DE AZEVEDO

PRINCÍPIOS DO NOVO DIREITO CONTRATUAL
E DESREGULAMENTAÇÃO DO MERCADO – DIREITO
DE EXCLUSIVIDADE NAS RELAÇÕES CONTRATUAIS
DE FORNECIMENTO – FUNÇÃO SOCIAL DO CONTRATO
E RESPONSABILIDADE AQUILIANA DO TERCEIRO QUE
CONTRIBUI PARA INADIMPLENTO CONTRATUAL

ANTONIO JUNQUEIRA DE AZEVEDO
Professor Titular da Faculdade de Direito da USP.

CONSULTA

1 – Consulta-nos o Escritório de Advocacia “X”, patrono da Companhia Distribuidora de Petróleo “Oil” (nome fantasia), sobre situação prejudicial à sua cliente, criada por outras distribuidoras de combustíveis que, sem nenhum contrato com a “Oil”, procuram, e conseguem, comercializar seus produtos com postos revendedores, publicamente identificados como postos de serviços “Oil”. Acrescenta a interessada, diretamente, através de seu departamento jurídico, indagação sobre se há regras legais violadas pelas distribuidoras “atravessadoras”, na *quebra da exclusividade* garantida pelas relações contratuais de fornecimento entre a “Oil” e seus postos revendedores.

PARECER

2 – A questão que ora nos é apresentada constitui “caso exemplar”, ou paradigmático, da atual ordem econômica sob a qual o País se propõe viver. A desregulamentação dos mercados, dentro do que se convencionou chamar de “globalização”, está sendo implementada e vai trazendo muitas perplexidades – de que, infelizmente, se valem os tradicionais pescadores de águas turvas para praticar abusos. Até recentemente, como informa com precisão a consulente, *todos* os postos de serviço, por determinação governamental, deviam estar vinculados a uma distribuidora, somente desta, podendo adquirir os produtos combustíveis; posteriormente, alterações regulamentares várias, no sentido da progressiva liberalização das atividades do setor, conduziram à revogação da vinculação obrigatória e admitiu-se, a partir de 1993, o chamado “posto bandeira branca”, isto é, o posto que comercializa combustível sem exibir marca de uma distribuidora. A vinculação a uma distribuidora é, pois, agora, facultativa para o revendedor; há postos que se vinculam – são os postos da “Oil” ou de outras distribuidoras conhecidas – e postos que não se vinculam – são os “postos bandeira branca”.

