

**Nathália Stivalle Gomes**

# **Direito DO CONSUMIDOR**

**na medida certa**

**PARA CONCURSOS**

**6<sup>a</sup> edição**  
revista e  
atualizada

**2023**

 **EDITORA**  
*Jus*PODIVM

[www.editorajuspodivm.com.br](http://www.editorajuspodivm.com.br)

## Capítulo

# 1

# INTRODUÇÃO AO DIREITO DO CONSUMIDOR

### ▲ **Leia a lei:**

- *Arts. 1º e 7º do CDC; arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da CF e art. 48 de suas Disposições Transitórias*

## **1. NOÇÕES INICIAIS**

O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) constitui um microsistema jurídico, de natureza principiológica, de ordem pública e interesse social, que estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal/1988 e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

O CDC protege o consumidor, que é a parte vulnerável na relação de consumo, objetivando, assim, o reequilíbrio da relação jurídica entre fornecedor e consumidor, invariavelmente desigual.

## **2. DEFESA DO CONSUMIDOR E A CONSTITUIÇÃO FEDERAL**

A defesa do consumidor tem respaldo na Constituição Federal de 1988, a saber:

- **Art. 5º, inciso XXXII:** estabelece a defesa do consumidor como direito fundamental;

- **Art. 170, caput e inciso V:** estabelece a defesa do consumidor como princípio da atividade econômica: “a ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os alguns princípios”, dentre eles, a defesa do consumidor;
- **Art. 48 da ADCT:** determinou a elaboração do CDC.

Defesa do consumidor e a CF/88



- Direito fundamental;
- Princípio da ordem econômica;

### 3. PECULIARIDADES DAS NORMAS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

O CDC tem as seguintes peculiaridades:

- CDC é um microsistema jurídico;
- CDC é lei principiológica;
- CDC contém normas de ordem pública e de interesse social.

#### 3.1. Microsistema jurídico

JOSÉ GERALDO BRITO FILOMENO (2014, p. 12) assinala que o CDC é um microsistema jurídico por conter:

- “(a) princípios que lhe são peculiares (isto é, a vulnerabilidade do consumidor, de um lado, e a destinação final de produtos e serviços, de outro);
- (b) por ser interdisciplinar (isto é, por relacionar-se com inúmeros ramos de direito, como constitucional, civil, processual civil, penal, processual penal, administrativo, etc.);
- (c) por ser também multidisciplinar (isto é, por conter em seu bojo normas de caráter também variado, de cunho civil, processual civil, processual penal, administrativo, etc.)”.

#### ▲ ATENÇÃO

*O CDC é um microsistema jurídico que disciplina as relações de consumo, o que não impede, no entanto, de o julgador se socorrer de outras fontes legislativas, que dialogam entre si, para solução mais justa do conflito. Essa técnica é denominada pela doutrina como **diálogo das fontes**.*

*A teoria do diálogo das fontes foi desenvolvida pelo alemão Erik Jayme e difundida no Brasil pela doutrinadora Cláudia Lima Marques.*

*Nas lições de FLAVIO TARTUCE (2014, p. 15), a essência dessa teoria é “de que as normas jurídicas não se excluem – supostamente porque pertencentes a ramos jurídicos distintos –, mas se complementam. No Brasil, a principal incidência da teoria se dá justamente na interação entre o CDC e o CC/2002, em matéria como responsabilidade civil e o Direito Contratual. (...). É possível que a norma mais favorável ao consumidor esteja fora da própria Lei Consumerista, podendo o intérprete fazer a opção por esse preceito específico”.*

*Segundo o doutrinador, a teoria do diálogo das fontes tem como fundamento legal o art. 7º do CDC, que adota um modelo aberto de interação legislativa.*

*O art. 7º do CDC estabelece que “os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade”.*

### 3.2. Lei principiológica

O CDC é lei principiológica das relações de consumo.

Nas lições de NELSON NERY JUNIOR (1999, p. 432), o CDC é uma lei principiológica porque contém preceitos gerais, que fixa os princípios fundamentais das relações de consumo.

Segundo o doutrinador, todas as demais leis que se destinarem, de forma específica, a regular determinado setor das relações de consumo deverão submeter-se aos preceitos gerais do CDC.

Exemplifica: “sobrevindo lei que regula, v.g., transportes aéreos, deve obedecer aos princípios gerais estabelecidos no CDC. Não pode, por exemplo, essa lei específica, setORIZADA, posterior, estabelecer responsabilidade subjetiva para acidentes aéreos de consumo, contrariando o sistema principiológico do CDC. Como a regra da lei principiológica (CDC), no que toca à reparação de danos, é a da responsabilidade objetiva pelo risco da atividade (art. 6º, nº VI, CDC), essa regra se impõe a todos os setores da economia nacional, quando se tratar de relação de consumo. Destarte, o princípio de que a lei especial derroga

a geral não se aplica ao caso em análise, porquanto o CDC não é apenas lei geral das relações de consumo, mas, sim, lei principiológica das relações de consumo”.

### 3.3. Normas de ordem pública e interesse social

O art. 1º do CDC estabelece que as normas de proteção e defesa do consumidor são de ordem pública e interesse social, sobrepondo-se à vontade das partes.

As normas de ordem pública são indisponíveis e inderrogáveis por convenção das partes, sob pena de nulidade absoluta.

Em razão da natureza pública das normas, o juiz deve agir de ofício na apreciação das questões consumeristas.

A ressalva a ser feita diz respeito aos contratos bancários, nos quais, segundo entendimento do STJ, é vedado ao juiz apreciar a abusividade das cláusulas sem pedido expresso do consumidor.

Relações de consumo



juiz deve agir de ofício

#### ▲ POSIÇÃO DO STJ

*Súmula 381: “Nos contratos bancários é vedado ao julgador conhecer, de ofício, da abusividade das cláusulas”.*

As normas do CDC são de interesse social porque destinadas a tutelar toda uma coletividade de consumidores.

Para SERGIO CAVALIERI FILHO (2011, p. 13), “normas de interesse social são aquelas que disciplinam um campo de relações sociais marcado pela desigualdade, razão pela qual têm por finalidade interesse que transcende o interesse meramente particular; são normas que interessam mais diretamente à sociedade que aos particulares.”

## 4. TÓPICO-SÍNTESE

INTRODUÇÃO AO DIREITO DO CONSUMIDOR	
<b>Defesa do consumidor e CF/88</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– A defesa do consumidor tem amparo na Constituição Federal de 1988:<ul style="list-style-type: none"><li>• art. 5º, inciso XXXII;</li><li>• art. 170, inciso V;</li><li>• art. 48 da ADCT.</li></ul></li></ul>
<b>Peculiaridades do CDC</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Microsistema jurídico → princípios próprios, caráter inter e multidisciplinar;</li><li>– Diálogo das fontes: o julgador se socorre de outras fontes legislativas, que dialogam entre si, para solução mais justa do conflito;</li><li>• Lei principiológica → preceitos gerais que fixam os princípios fundamentais das relações de consumo (NELSON NERY JUNIOR (1999, p. 432);</li><li>• Normas de ordem pública → indisponíveis e inderrogáveis por convenção das partes;</li><li>• O juiz deve agir de ofício na apreciação das questões consumeristas. Exceção: contratos bancários → Súmula 381 do STJ;</li><li>• Normas de interesse social → coletividade de consumidores.</li></ul>

# RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

▲ **Leia a lei:**

- Arts. 2º, 3º, 17, 26, I e II e 29 do CDC; art. 3º do CTN

## 1. FORMAÇÃO DA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

Para que uma relação jurídica seja identificada como de consumo, atraindo a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, devem estar presentes todos os seguintes elementos:

- **subjetivo:** são os sujeitos da relação, isto é, consumidor e fornecedor;
- **objetivo:** diz respeito ao objeto sobre o qual recai a relação jurídica, isto é, produto ou serviço;
- **finalístico:** refere-se à finalidade com a qual o consumidor adquire produto ou contrata serviço, isto é, como destinatário final.

Esquemáticamente, os elementos da relação de consumo podem ser vistos da seguinte forma:

Subjetivo	→	consumidor e fornecedor
Objetivo	→	produto ou serviço
Finalístico	→	consumidor – destinatário final

A doutrina costuma analisar a relação jurídica de consumo mediante o desdobramento de cada um dos seus elementos. Vejamos.

### **1.1. Consumidor**

A figura do consumidor é um dos elementos subjetivos da relação de consumo, assim como o fornecedor.

O art. 2º do CDC define consumidor como sendo “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

A definição legal de consumidor ensejou muitas discussões entre os doutrinadores em razão de o CDC ter contemplado expressamente a pessoa jurídica como consumidora de produtos e serviços.

Parcela da doutrina sustenta que o CDC se destina à proteção da pessoa física, presumivelmente vulnerável, frágil frente ao fornecedor, e não da pessoa jurídica detentora de maiores condições para defender-se.

Nesse sentido são as lições de JOSÉ GERALDO BRITO FILOMENO (2014, p. 27): “(...) na verdade o critério conceitual do Código brasileiro discrepa da própria filosofia consumerista ao colocar a pessoa jurídica como também consumidora de produtos e serviços. E isto exatamente pela simples razão de que o consumidor, geralmente vulnerável enquanto pessoa física, defronta-se com o poder econômico dos fornecedores em geral, o que não ocorre com esses que, bem ou mal, grandes ou pequenos, detêm maior informação e meios de defender-se uns contra os outros, quando houver impasses e conflitos de interesses”.

Para esse doutrinador somente as pessoas jurídicas sem fins lucrativos são enquadradas no conceito de consumidor.

Mas, como veremos a seguir, a pessoa jurídica, em determinadas situações, pode sim ser enquadrada como consumidora.

A doutrina e a jurisprudência também se preocuparam em compreender o alcance do termo “destinatário final” utilizado pelo CDC na definição do conceito de consumidor. Sobre o tema surgiram as seguintes teorias:

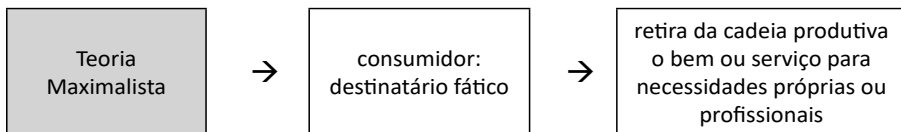


**A) Teoria Maximalista:** considera consumidor toda pessoa física ou jurídica que se apresente como **destinatário fático**, isto é, que retira do mercado de consumo (da cadeia produtiva) o bem ou o serviço, independentemente se para o atendimento de necessidades próprias ou profissionais.

Por exemplo, de acordo com essa teoria, o contador que adquire um computador para seu escritório ou a sociedade empresária que contrata com outra empresa serviços de software para controle interno de sua produção são consumidores ainda que a retirada do produto ou serviço da cadeia produtiva tenha se destinado a atender as necessidades profissionais da pessoa física ou jurídica.

FABRÍCIO BOLZAN (2018, p. 80) esclarece que a teoria maximalista não enxerga o CDC como uma lei de proteção do mais fraco numa relação jurídica tão desigual como é a relação de consumo, mas entende ser o CDC o novo regulamento do mercado de consumo, o qual albergaria sem maiores problemas a pessoa jurídica na definição de consumidor.

Essa teoria interpreta de forma ampla o termo destinatário final, estendendo a aplicação do CDC para alcançar, assim, um número maior de relações jurídicas e agentes do mercado.



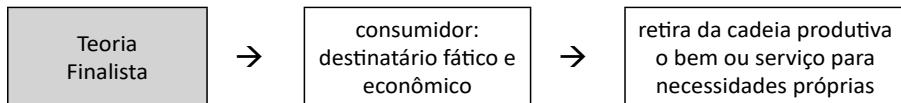
**B) Teoria Finalista ou Subjetiva:** considera consumidor toda pessoa física ou jurídica que se apresente como **destinatário fático e econômico**, isto é, que retira de circulação do mercado o bem ou o serviço para consumi-lo, suprindo uma necessidade própria, não havendo, portanto, a reutilização ou reingresso dele no processo produtivo, seja na revenda, no uso profissional ou em outra forma indireta. (REsp 1.352.419-SP, DJ 19/08/2014 – Informativo 548).

“Por isso, fala-se em destinatário final econômico (e não apenas fático) do bem ou serviço, haja vista que não basta ao consumidor ser adquirente ou usuário, mas deve haver o rompimento da cadeia econômica com o uso pessoal a impedir, portanto, a reutilização dele no processo produtivo, seja na revenda, no uso profissional, na transformação por meio de beneficiamento ou montagem ou em outra forma

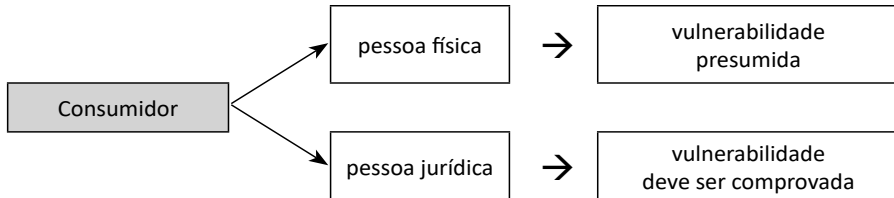
indireta. Desse modo, a relação de consumo (consumidor final) não pode ser confundida com relação de insumo (consumidor intermediário)". (REsp 1.321.614-SP, DJ 3/3/2015 – Informativo 556).

Para essa teoria não há relação de consumo a ensejar a aplicação do CDC quando a empresa adquire computador, móveis ou outros bens que venham a compor o estabelecimento comercial, uma vez que estes prosseguem inseridos na cadeia produtiva. Fica, portanto, excluído da proteção do CDC o consumo intermediário.

Essa teoria interpreta de forma restritiva o termo destinatário final, reduzindo o alcance de aplicação do CDC para beneficiar tão somente os efetivamente vulneráveis na relação contratual.



Vale à pena ter em mente o seguinte quadro:



**C) Teoria Finalista Aprofundada, Atenuada, Temperada ou Mitigada:** é a posição dominante na jurisprudência do STJ, que tem admitido em seus julgados o temperamento da teoria finalista, isto é, tem aplicado a lei consumerista quando a pessoa jurídica adquire produto ou serviço no curso do desenvolvimento de uma atividade empresarial, ampliando, assim, a incidência do CDC nas relações jurídicas.

Frise-se que a vulnerabilidade da pessoa jurídica deve ser comprovada no caso concreto para que ocorra a aplicação do CDC, mitigando os rigores da teoria finalista e autorizando a equiparação da pessoa jurídica compradora à condição de consumidora.

Nesse sentido o entendimento do STJ:

*“(…) Considera-se destinatário final aquele que, no ato de consumir, retira o bem do mercado. Seguindo nessa linha de raciocínio, a Segunda Seção acabou por firmar entendimento centrado na teoria subjetiva ou finalista (REsp 541.867-BA, DJe 16/5/2005), posição hoje consolidada no âmbito deste STJ. Porém, a jurisprudência, posteriormente, evoluiu para admitir uma certa mitigação da teoria finalista na hipótese em que, embora não verificada a condição de destinatário final, constata-se a vulnerabilidade do consumidor profissional ante o fornecedor. No caso, não se aplica a referida mitigação da teoria finalista, pois a contratante do serviço de transporte sequer alegou a sua vulnerabilidade perante a empresa contratada. Portanto, sob a ótica da teoria finalista, seria o caso de analisar se a contratante do serviço de transporte de carga é destinatária final fática e econômica desse serviço. Contudo, uma vez que a carga transportada é insumo, o contrato celebrado para o transporte desse insumo fica vinculado a essa destinação, não havendo necessidade de se perquirir acerca da destinação econômica do serviço de transporte”. (REsp 1.442.674-PR, DJe 30/3/2017 – Informativo 600).*

Assim, o STJ tem adotado em seus julgados uma teoria intermediária – teoria finalista atenuada, temperada ou mitigada – para enquadrar como consumidora a pessoa jurídica quando comprovada sua vulnerabilidade no caso concreto.

CLAUDIA LIMA MARQUES (2022, p. 106) pontua: “É uma interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada. Em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumos para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com uma utilização mista, principalmente na área dos serviços, provada a vulnerabilidade, concluiu-se pela destinação final de consumo prevalente (...). O conceito-chave aqui é o de vulnerabilidade”.

### **1.1.1. Pessoa jurídica de direito público e relação de consumo**

A doutrina e a jurisprudência ainda não consolidaram posicionamento a respeito da possibilidade ou não de a pessoa jurídica de direito público ser enquadrada como consumidora, nos termos previstos no artigo 2º do CDC.

Isso porque, segundo entendimento de parcela da doutrina, as prerrogativas do regime jurídico de direito público, tais como a possibilidade de definição do objeto e das condições do contrato ou rescisão unilateral do contrato, dispensam à Administração Pública de se socorrer do CDC.

Defendendo outro entendimento, destacamos a doutrina de FABRÍCIO BOLZAN (2018, p. 102), que após discorrer sobre a problemática do tema, formula a seguinte pergunta: “quando a Administração será considerada consumidora a ponto de poder usufruir os direitos enumerados no CDC?”

E na sequência, responde: “quando preencher cumulativamente os seguintes requisitos:

- comprovação da vulnerabilidade no caso concreto (que em regra é uma situação excepcional);
- regime jurídico de direito público (que traz inúmeras prerrogativas às entidades administrativas, em especial no tocante à contratação) não for suficiente para dar-lhe guarida nas relações envolvendo aquisição de bens e contratação de serviços”.

Em se tratando de contrato privado da Administração Pública, como por exemplo, contrato de seguro ou aqueles em que a Administração é usuária de serviço público, há aplicação do CDC.

### 1.1.2. Consumidor por equiparação

O CDC prevê ainda proteção jurídica à figura do consumidor equiparado, alcançando, assim, outras pessoas, físicas ou jurídicas, não contempladas pelo artigo 2º da lei consumerista, independentemente da realização concreta de um ato de consumo. São consumidores por equiparação:

- A) A coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo (parágrafo único, art. 2º).

De acordo com esse dispositivo legal, equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que não possam ser identificadas e desde que tenham, de alguma forma, participado da relação de consumo.

Nesse ponto vale registrar o alerta de FABRÍCIO BOLZAN (2018, p. 106) para o entendimento da expressão “**haja intervindo nas relações de consumo**”. Nas lições do referido doutrinador, basta “a **participação potencial da coletividade** de pessoas na relação de consumo para caracterizar a incidência dessa figura de consumidor por equiparação”, não sendo necessário, portanto, o consumo efetivo do produto ou utilização do serviço.

Ex.: coletividade de pessoas que adquire ou que esteja exposta a aquisição de produto alimentício nocivo à saúde.

**B)** Todas as vítimas do evento, do acidente de consumo (art. 17).

Equipara-se a consumidor aquele que, embora não tenha participado diretamente da relação de consumo, sofra as consequências do evento danoso decorrente do fato do produto ou do serviço. São os *bystanders*, isto é, os terceiros estranhos à relação de consumo, mas afetados pelo evento danoso.

Ex.: amigo que aceita carona e sofre lesões em razão de defeito no cinto de segurança do veículo ou ainda moradores de casas atingidas pela queda de aeronave.

Merece destaque o entendimento da 3ª Turma do STJ, que reconheceu a aplicabilidade da figura do consumidor bystander em caso de danos morais decorrentes de dano ambiental, nos seguintes termos: "Na hipótese de danos individuais decorrentes do exercício de atividade empresarial poluidora destinada à fabricação de produtos para comercialização, é possível, em virtude da caracterização do acidente de consumo, o reconhecimento da figura do consumidor por equiparação, o que atrai a incidência das disposições do Código de Defesa do Consumidor" (STJ - REsp 2.009.210/RS, j. 09/08/2022).

Importante citar julgado do STJ, também mencionado frequentemente pela doutrina, o qual enquadra o comerciante no conceito de consumidor equiparado. No entendimento do STJ também deve ser legalmente equiparado a consumidor o empresário, proprietário de um supermercado, que foi surpreendido pela explosão de uma garrafa de cerveja enquanto a colocava em um freezer e, em razão do acidente, foi atingido por estilhaços que lhes causaram lesões graves e irreversíveis em um de seus olhos (STJ – REsp 1.288.008/MG, j. 04.04.2013).

**C)** Todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais e contratuais abusivas (art. 29), ainda que não realizem concretamente o ato de consumo.

Ex.: toda pessoa que se sentir prejudicada por publicidade enganosa, mesmo que não tenha contratado nenhum serviço, sempre que vulnerável no caso concreto.

Esquemáticamente, os consumidores por equiparação podem ser apresentados da seguinte forma:

### Consumidor por equiparação

- coletividade de pessoas que haja intervindo na relação de consumo
- vítima de acidente de consumo
- todas as pessoas expostas às práticas comerciais e contratuais abusivas

## 1.2. Fornecedor

Identificado o consumidor, passemos ao estudo da figura do fornecedor, também um dos elementos subjetivos da relação de consumo.

O art. 3º do CDC define fornecedor como sendo “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.

Com relação ao fornecedor importa saber que:

- A)** O conceito de fornecedor é amplo e alcança pessoas físicas ou jurídicas (pública ou privada, nacional ou estrangeira) e também os entes despersonalizados (massa falida, espólio, sociedade de fato). Assim, os produtos com vícios ou defeitos oferecidos no mercado de consumo por pessoa jurídica falida permanecem sob a proteção do CDC, sendo a massa falida enquadrada como fornecedora.

#### ▲ ATENÇÃO

*A sociedade civil, sem fins lucrativos, de caráter beneficente e filantrópico, pode ser considerada fornecedora, e, portanto, sujeita às normas do CDC, bastando que desenvolva qualquer tipo de atividade no mercado de consumo, mediante remuneração, como por exemplo, a prestação de serviços médicos, hospitalares, odontológicos e jurídicos a seus associados. Nesse sentido o REsp 519.310/SP, de relatoria da Exma. Ministra Nancy Andrighi, j. 20.04.2004, amplamente citado na doutrina.*

Os profissionais liberais, pessoas físicas que prestam serviços com habitualidade, tais como médicos, dentistas, psicólogos, eletricitistas, também foram incluídos no CDC na condição de fornecedores, sendo

a eles imputada, no entanto, a responsabilidade subjetiva pelos danos causados aos consumidores, conforme melhor explicado em capítulo próprio sobre responsabilidade civil.

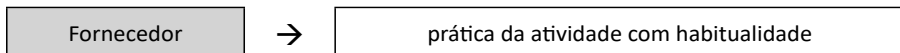
**B)** Fornecedor é gênero, do qual são espécies o produtor, montador, criador, construtor, transformador, importador, exportador, distribuidor, comerciante e prestador de serviços.

São fornecedores todos aqueles que, de forma direta ou indireta, colocam produtos ou prestam serviços no mercado de consumo.

O rol das atividades enumeradas no art. 3º é exemplificativo (*numerus apertus*).

**C)** A expressão “desenvolve” utilizada pela lei deve ser entendida como **habitualidade** no desempenho da atividade.

Assim, se uma empresa, cujo objeto social é a prestação de serviços de língua estrangeira, decide vender seus computadores para substituí-los por outros mais novos, não será fornecedora nessa relação jurídica, que, na verdade, trata-se de típica relação civil de compra e venda. A habitualidade está na prestação de serviços de língua estrangeira e não de comercialização de computadores.



**D)** Os fornecedores sujeitos a participar do polo passivo da relação jurídica de reponsabilidade civil podem ser classificados como fornecedor real, fornecedor aparente e fornecedor presumido. Vejamos, esquematicamente, a diferença entre eles:

- **fornecedor real:** é aquele que participa do processo de fabricação ou produção do produto acabado, de parte componente, inclusive a matéria-prima. É o caso do fabricante, produtor e construtor.
- **fornecedor aparente:** é aquele que, embora não tenha participado diretamente do processo produtivo, apresenta-se como tal pela aposição do seu nome, marca ou outro sinal distintivo no produto final.

#### ▲ ATENÇÃO

*Segundo o STJ, “a empresa que utiliza marca internacionalmente reconhecida, ainda que não tenha sido a fabricante direta do produto defeituoso, enquadra-se na categoria de **fornecedor aparente**.”*

***O fornecedor aparente não se confunde com o fornecedor por equiparação.** Para o STJ, “(...) o fornecedor aparente, que compreende aquele que, embora não tendo participado do processo de fabricação, apresenta-se como tal pela colocação do seu nome, marca ou outro sinal de identificação no produto que foi fabricado por um terceiro. É nessa aparência que reside o fundamento para a responsabilização deste fornecedor, não sendo exigida para o consumidor, vítima de evento lesivo, a investigação da identidade do fabricante real (...).” (REsp 1.580.432-SP, DJe 04/02/2019 – Informativo 642)*

- **fornecedor presumido:** é aquele que adquire ou vende produtos sem identificação de seu fabricante, produtor, importador ou construtor. Geralmente são importadores e comerciantes.

### 1.2.1. Fornecedor por equiparação

A doutrina também vislumbra a figura do fornecedor equiparado, que foi criada por Leonardo Bessa. O exemplo repetidamente citado é o da empresa que mantém e administra banco de dados dos consumidores.

CLÁUDIA LIMA MARQUES (2022, p. 130) define o fornecedor equiparado como “aquele terceiro na relação de consumo, um terceiro apenas intermediário ou ajudante da relação de consumo principal, mas que atua frente a um consumidor (aquele que tem seus dados cadastrados como mau pagador e não efetuou sequer uma compra) ou a um grupo de consumidores (por exemplo, um grupo formado por uma relação de consumo principal, como a de seguro de vida em grupo organizado pelo empregador e pago por este), como se fornecedor fosse (comunica o registro no banco de dados, comunica que é estipulante no seguro de vida em grupo, etc.)”

Destaca-se o posicionamento do STJ sobre a figura do fornecedor por equiparação: “O legislador, com o propósito de conferir proteção mais efetiva às vítimas de acidentes de consumo, ampliou o conceito de fornecedor previsto no art. 3º do CDC, imputando os danos causados pelo defeito a todos os envolvidos na prestação do



serviço (art. 14 do CDC). Ou seja, ao valer-se do vocábulo fornecedor, pretendeu-se viabilizar a responsabilização do terceiro que, embora não tenha prestado o serviço diretamente, integrou a cadeia de consumo. Cuida-se do fornecedor indireto ou mediato. Porém, para ser considerado integrante da cadeia de consumo, o terceiro deve ter contribuído com produtos ou serviços para o fornecimento do serviço final.”

E, no caso apreciado, o STJ manifestou o seguinte entendimento: “Ocorre que, a empresa patrocinadora não participou da organização do evento, mas apenas o patrocinou mediante a aquisição de quota de patrocínio. Dito de outro modo, a empresa não contribuiu com seus produtos ou serviços para a organização do evento. Nem mesmo há indícios de que a exposição da sua marca tenha passado a impressão de que atuou como intermediária na cadeia de consumo. Sendo o terceiro mero patrocinador do evento, que não participou da sua organização e, assim, não assumiu a garantia de segurança dos participantes, não pode ser enquadrado no conceito de “fornecedor” para fins de responsabilização pelo acidente de consumo” (REsp 1.955.083-BA - DJe 18/02/2022 - Informativo n. 727)

#### ▲ POSIÇÃO DO STJ

*Súmula 359: “Cabe ao órgão mantenedor do Cadastro de Proteção ao Crédito a notificação do devedor antes de proceder à inscrição”.*

FABRÍCIO BOLZAN (2018, p. 124) bem observou que o STJ, por meio da Súmula 359, ainda que indiretamente, corroborou a ideia da figura do fornecedor equiparado, uma vez que ao mantenedor do cadastro de inadimplentes foi imposta obrigação típica de fornecedor no mercado de consumo, a saber, prévia notificação do devedor antes de proceder à inscrição no cadastro de inadimplentes.

### 1.3. Produto

O produto é elemento objetivo da relação de consumo.

O § 1º do art. 3º do CDC define produto como “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”.

Com relação ao produto importa saber que:

- A)** O conceito de produto é abrangente, abrangendo qualquer bem, móvel (veículos, livros, objetos) ou imóvel (terrenos, casas), material ou imaterial (programas de computador). Tem valor econômico e é suscetível de apropriação.
- B)** O produto pode ser durável ou não durável, nos termos do art. 26, incisos I e II do CDC:
- **produto durável:** é aquele que não se extingue pelo uso, levando certo tempo para se desgastar, que variará conforme a qualidade da mercadoria, os cuidados que lhe são emprestados pelo usuário, o grau de utilização e o meio ambiente no qual inserido. Ex.: eletrodoméstico, automóvel, livro, etc.
  - **produto não durável:** é aquele que se extingue em um único ato de consumo ou vai-se extinguindo conforme utilizado. Ex.: alimento, remédio, combustível, caneta, etc.

#### ▲ ATENÇÃO

*RIZZATO NUNES (2011, p. 138) classifica o **produto descartável** como sendo produto durável. Ex.: copos plásticos e pratos de papelão. Afirma que um produto descartável é o **durável de baixa durabilidade** ou que **somente pode ser utilizado uma vez**. Diz também que, enquanto o produto durável descartável “permanece tal como era após ser utilizado, o produto não durável perde totalmente sua existência com o uso, ou, ao menos, vai perdendo-a aos poucos com sua utilização”.*

- C)** Não exige a contraprestação em dinheiro. Assim, o produto que for entregue ao consumidor como **amostra grátis** está submetido à proteção e a todas as garantias do CDC. Isso significa dizer que, se do consumo da amostra grátis resultar algum dano ao consumidor, o fornecedor será responsabilizado pelo evento danoso.

Nos termos do art. 39, parágrafo único, do CDC, os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, **sem solicitação prévia**, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

## 1.4. Serviço

Ao lado do produto, serviço também é elemento objetivo da relação de consumo.

O § 2º do art. 3º do CDC define serviço como “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista”.

Com relação ao serviço importa saber que:

A) O conceito de serviço apresentado pelo legislador é amplo, agasalhando qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

O rol das atividades enumeradas no § 2º do art. 3º é exemplificativo (*numerus apertus*).

Os serviços prestados pelas instituições financeiras – bancos, seguradoras, financeiras – foram incluídos na tutela especial do CDC, tendo sido objeto de ação direta de inconstitucionalidade por parte das instituições financeiras (ADI 2591/DF, julgada improcedente em 07.06.2006) sob o argumento de que suas atividades já eram reguladas por lei específica: Lei nº 4.595/64, não se aplicando, portanto, o CDC. O STJ posicionou-se sobre o assunto com a Súmula 297.

### ▲ POSIÇÃO DO STJ

*Súmula 297: “O CDC é aplicável às instituições financeiras”.*

*O STJ também se posicionou com relação a outros serviços para enquadrá-los na tutela do CDC. Exemplificamos alguns deles a seguir.*

*Súmula 563, do STJ: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às entidades abertas de previdência complementar, não incidindo nos contratos previdenciários celebrados com entidades fechadas”.*

*Súmula 608, do STJ: “Aplica-se o Código de Defesa do Consumidor aos contratos de plano de saúde, salvo os administrados por entidades de autogestão”.*

*Súmula 602, do STJ: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável aos empreendimentos habitacionais promovidos pelas sociedades cooperativas”.*

### ▲ ATENÇÃO

*É possível a aplicação do CDC à relação entre proprietário de imóvel e a imobiliária contratada por ele para administrar o bem. Isso porque o proprietário do imóvel é, de*

*fato, destinatário fático e também econômico do serviço prestado”. (REsp 509.304-PR, DJ 16/05/2013 – Informativo 523)*

*No entanto, não se aplicam as regras do CDC nas relações de locação de imóveis – entre locador e locatário – uma vez que estes não se encaixam nas figuras de fornecedor e consumidor, além de serem amparados por lei específica: Lei nº 8.245/91.*

*Também tem-se entendido pela não incidência do CDC na relação existente entre condomínio e seus condôminos; franqueador e franqueado nos contratos de franquia.*

- B)** O serviço pode ser durável ou não durável, nos termos do art. 26, incisos I e II do CDC. Nas lições de RIZZATO NUNES (2011, p. 145):
- **serviço durável:** é aquele que tem continuidade no tempo em razão de uma estipulação contratual (serviços escolares, planos de saúde) e aquele que deixa como resultado um produto, embora típico de não durabilidade (pintura de uma casa, instalação de um carpete).
  - **serviço não durável:** é aquele que se exerce uma vez prestado. Ex.: serviço de transporte, de hospedagem.
- C)** O serviço prestado deve ser remunerado direta ou indiretamente, entendido este último como o custo embutido na atividade e repassado ao consumidor, como por exemplo a sobremesa ou café grátis oferecido pelo restaurante ou ainda o estacionamento gratuito dos shoppings. Isso porque parte-se do pressuposto de que toda atuação do fornecedor no mercado de consumo visa a obtenção de vantagem econômica.

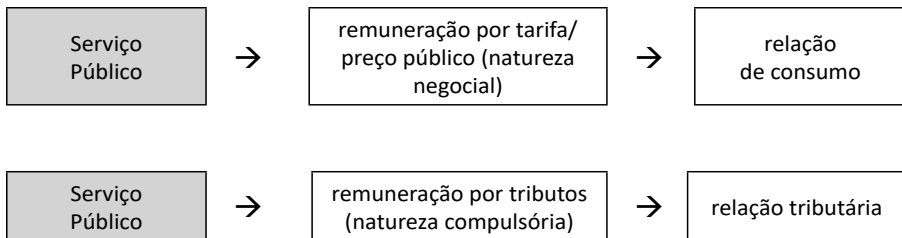
### 1.4.1. Serviço Público

Submete-se à tutela do CDC o serviço público prestado pelo órgão público, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento e remunerado por tarifa/preço público, “quer em razão de se tratar de uma remuneração facultativa, quer em razão da natureza contratual em que imperam a manifestação da vontade e a possibilidade da interrupção deste contrato a qualquer tempo pelo consumidor-usuário” (BOLZAN, Fabrício, 2018, p. 192), excluindo-se, assim os impostos (taxas, contribuição de melhoria). Ex.: serviços de fornecimento de água, energia elétrica, transporte coletivo, telefonia, etc.

O entendimento do STJ também é no sentido da caracterização da relação de consumo nos casos em que o serviço público é remunerado mediante tarifa ou preço público.

Essa relação de consumo não se confunde com a relação tributária, a qual prevê para o contribuinte o pagamento de impostos, taxas e contribuição de melhoria a título de prestação pecuniária compulsória (art. 3º do CTN).

Na relação de consumo, o consumidor remunera o Poder Público mediante tarifa ou preço público porque contratou, facultativamente, o serviço por ele prestado.



O serviço público fornecido ao usuário deve ser adequado, eficiente, seguro e, quanto ao serviço essencial, contínuo. E, no caso de descumprimento, total ou parcial, dessas obrigações, o Poder Público será compelido a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista pelo CDC.

▲ **ATENÇÃO**

*De acordo com o art. 6º, § 3º da Lei nº 8.987/95, que dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos, não se caracteriza como descontinuidade do serviço a sua interrupção em situação de emergência ou após prévio aviso, quando: I – motivada por razões de ordem técnica ou de segurança das instalações; e, II – por inadimplemento do usuário, considerado o interesse da coletividade.*

*Segundo entendimento do STJ, “A concessionária de fornecimento de energia elétrica não pode exigir de órgão público, usuário do serviço, multa por inadimplemento no pagamento de fatura, fundamentada no parágrafo único do artigo 4º do Decreto-Lei n.2.432/1988” (REsp 1.396.808-AM, DJe 06/09/2018 – Informativo 632)*