

NATAN BATISTA



DIREITO

DO CONSUMIDOR



Sumário:

Capítulo 1 – Introdução	Página 1
1. Evolução Histórica do Código de Defesa do Consumidor	Página 1
2. Direito do Consumidor, seus fundamentos e o Ordenamento Jurídico Brasileiro	Página 4
2.1. Direito do Consumidor enquanto direito fundamental	Página 5
2.2. Direito do Consumidor enquanto princípio da ordem econômica	Página 5
3. Conceitos	Página 5
3.1. Relação de consumo	Página 5
3.2. Consumidor.....	Página 6
3.3. Fornecedor.....	Página 12
3.3.1. Conceito	Página 12
3.3.2. Habitualidade x Profissionalismo	Página 13
3.4. Produto e serviço.....	Página 13
3.4.1. Produto	Página 13
3.4.2. Serviço.....	Página 15
3.5. Situações especiais	Página 18
4. Política Nacional de Relações de Consumo	Página 29
4.1. Introdução	Página 29
4.2. Princípio da Dignidade da Pessoa Humana.....	Página 30
4.3. Princípio da Qualidade e Segurança e Princípio da Reparação Integral do Dano.....	Página 30
4.4. Princípio da Proteção dos Interesses Econômicos.....	Página 31
4.5. Princípio da Melhoria da Qualidade de Vida	Página 31
4.6. Princípio da Transparência	Página 31
4.7. Princípio da Harmonia nas Relações de Consumo	Página 31
4.8. Princípio da Vulnerabilidade e da Hipossuficiência	Página 31
4.9. Princípio da Educação e da Informação	Página 31
4.10. Princípio do Equilíbrio das Prestações	Página 32
4.11. Princípio da Boa-Fé Objetiva	Página 32
4.12. Princípio da Interpretação Mais Favorável	Página 33
4.13. Princípio do Adimplemento Substancial	Página 33
4.14. Princípio do <i>venire contra factum proprium</i>	Página 33
4.15. Princípio da Conservação do Contrato.....	Página 33
4.16. Princípio do Acesso à Justiça	Página 33
5. Direitos Básicos do Consumidor	Página 34
5.1. Introdução	Página 34
5.2. Proteção da vida, saúde e segurança	Página 35
5.3. Educação, divulgação, liberdade de escolha e igualdade	Página 36

	nas contratações	
5.4.	Informação adequada e clara	Página 37
5.5.	Proteção contra as práticas comerciais e contratuais abusivas	Página 37
5.6.	Modificação e revisão como formas de preservação..... (implícita) do contrato de consumo	Página 38
5.7.	Efetiva prevenção e reparação de danos materiais e morais	Página 39
5.8.	Acesso à justiça.....	Página 39
5.9.	Inversão do ônus da prova.....	Página 39
5.10.	Recebimento de serviços públicos adequados e eficazes	Página 40
5.11.	Último comentário	Página 41

Capítulo 2 – Aspectos Gerais do Código de Defesa do ConsumidorPágina 42

1.	Da Responsabilidade	Página 42
1.1.	Introdução	Página 42
1.2.	Defeito e vício	Página 43
1.3.	Responsabilidade por defeito.....	Página 44
1.3.1.	Responsabilidade por defeito no produto.....	Página 44
1.3.1.1.	Quem será responsabilizado?	Página 44
1.3.1.2.	Quando o produto será defeituoso?	Página 45
1.3.1.3.	Excludentes de responsabilidade	Página 46
1.3.2.	Responsabilidade por defeito no serviço.....	Página 47
1.3.2.1.	Quando um serviço será defeituoso?	Página 47
1.3.2.2.	Excludentes de responsabilidade	Página 48
1.3.2.3.	Responsabilização do profissional liberal	Página 48
1.4.	Responsabilidade por vício	Página 49
1.4.1.	Responsabilidade por vício no produto	Página 49
1.4.1.1.	Conceito	Página 49
1.4.1.2.	Vícios de qualidade.....	Página 50
1.4.1.3.	Vícios de quantidade	Página 52
1.4.2.	Responsabilidade por vício no serviço	Página 52
2.	Da Garantia e dos Prazos Prescricionais e Decadenciais	Página 53
2.1.	Introdução	Página 53
2.2.	Garantia legal	Página 53
2.2.1.	Prazos decadenciais	Página 54
2.2.2.	Prazos prescricionais	Página 55
2.3.	Garantia contratual.....	Página 55
3.	Desconsideração da Personalidade Jurídica	Página 56
3.1.	Introdução e conceito	Página 56
3.2.	Espécies.....	Página 57

3.2.1.	Direta, tradicional ou clássica	Página 57
3.2.2.	Indireta ou inversa.....	Página 58
3.3.	Características.....	Página 58



Capítulo 1 – Introdução

1. Evolução Histórica do Código de Defesa do Consumidor

A forma mais fiel e precisa de se iniciar o estudo de uma ciência humana é através da análise histórica de sua criação e evolução até a sua atual conjectura. Não será diferente com o Direito Consumerista.

Para que introduzamos o estudo desta ciência do Direito, convém que transpássemos por três momentos históricos relevantes, quais sejam: (i) *Revolução Industrial do Aço e do Carvão*; (ii) *Revolução tecnológica Pós-Segunda Guerra Mundial*; e (iii) *Revolução da informação e da globalização*.

Pois bem. Para tanto, é necessário que nos remetamos a um período anterior a qualquer dos acima elencados, momento em que as relações comerciais eram desenvolvidas diretamente entre os indivíduos, momento no qual a produção para o consumo não existia, ocasião em que vigoravam as manufaturas, as *Corporações de Ofício*.

As Corporações de Ofício, lembremos, são organizações profissionais formadas, em regra, por três entes: (i) o *mestre* – detentor do conhecimento e proprietário dos meios de produção; (ii) os *oficiais* – indivíduos cujo conhecimento essencial acerca do ofício lhes era transmitido pelo mestre, executores do procedimento de confecção dos manufaturados; e (iii) os *aprendizes* – jovens no começo das atividades profissionais, tinham por objetivo adquirir conhecimento inicial sobre a produção.

Durante a predominância de tais organizações, a grande maioria da população permanecia nos campos, presa à um cultivo ainda voltado à subsistência do núcleo familiar. Por esse motivo, a aquisição de produtos externos somente ocorria diante da verdadeira necessidade, situação na qual a relação de compra e venda efetuada entre o indivíduo e as Corporações de Ofício ocorria.

Notemos, não há o que se falar em produção em grande escala, a relação entre as partes era direta, específica, bilateral.

Ocorre que o surgimento das máquinas à vapor e o início da denominada *produção em série* atraíram a população do campo às cidades no movimento que ficou conhecido como *êxodo rural*.

Revolução Industrial do aço e do carvão – o advento das máquinas à vapor e a possibilidade da produção de produtos em série fez com que a bilateralidade na relação de consumo não mais existisse. Não havia um diálogo entre o produtor e aquele que encomendava a manufatura. Agora, os produtos eram produzidos com o intuito de atender à demanda populacional que aumentava em decorrência do referido *êxodo rural*. Por isso, prezou-se pela quantidade em detrimento da qualidade

dos produtos. Os produtos eram os mesmos. Criava-se um modelo único do qual eram replicados os demais.

Nesses moldes, somente cabia ao consumidor aceitar os produtos sem que, antes, fosse possível a confecção de acordo entre ele e quem o produziria.

Isso fez com que o consumidor se submetesse a um sistema extremamente injusto, tendo em vista que somente cabia a ele aderir ao contrato de compra e venda, sem que lhe fosse reservada a oportunidade de reclamar por produtos de boa qualidade ou que atendessem especificamente a sua demanda.

Ora, se de um único modelo eram replicados os demais, da mesma forma ocorria com o contrato que, único e inalterável, era replicado em todas as compras efetuadas.

Dois pontos se destacam, portanto, nesse período: (i) *criação dos contratos de adesão*; e (ii) *impossibilidade de reclamar por produtos de melhor qualidade e que atendessem à demanda do consumidor*.

Revolução tecnológica pós-Segunda Guerra Mundial – para incrementar o problema acima comentado, não havia, na época, legislação consumerista capaz de proteger os consumidores dos visíveis abusos a que os produtores lhes submetiam.

A exemplo do Brasil, a legislação pertinente era o Código Civil de 1916, responsável por fixar os princípios do *pacta sunt servanda*, autonomia da vontade das partes e responsabilidade subjetiva (fundada na culpa). Ou seja, o entendimento majoritário da época rumava para o respeito àquilo que as partes “acordavam” por meio do contrato, não havendo o que se falar em rescisão, salvo diante da comprovação da culpa, o que era de extrema dificuldade para os consumidores, ante as *gigantes* corporações que monopolizavam o mercado à época.

Deste modo, não havia formas pelas quais o consumidor poderia escapar dessa situação, sendo obrigados a aceitar ocupar lugar desfavorável por não existirem meios que auxiliassem em sua defesa.

Para piorar a situação, a *revolução tecnológica pós-Segunda Guerra Mundial* em nada colaborou para o benefício dos consumidores. A enorme demanda dos países europeus no pós-Guerra fez com que os Estados Unidos emergissem como potência mundial, corroborando para uma maior fixação dos modelos de produção em massa já instalados desde a *Revolução Industrial* do séc. XVIII.

Nesse período, porém, surgiam os primeiros elementos que corroboraram para a consolidação da proteção consumerista. Notou-se que as disposições existentes não eram suficientes para garantir a proteção dos consumidores.

Em que pese a existência da legislação civil, os elementos sob a sua proteção não diziam respeito às relações que se formavam entre fornecedor e consumidor. Enquanto, como dito, o Código Civil defendia o *pacta sunt servanda*, autonomia da vontade e responsabilidade subjetiva, as relações consumeristas exigiam tratamento

especial. A elas era demandada a *intervenção estatal* e a criação de normas de *ordem pública* e de *interesse social*, baseadas na *responsabilidade objetiva* dos fornecedores.

Expliquemos. As relações de consumo, como veremos adiante, não são meramente *inter partes*, isto é, não dizem respeito somente ao fornecedor e ao consumidor, mas a toda a coletividade. Como dito anteriormente, não mais se diz bilateralidade dos contratos de consumo, mas em unilateralidade. Significa dizer que não mais cabe aos consumidores planejarem junto aos produtores a confecção dos produtos, mas somente aceitá-los nos moldes estabelecidos por aquele que os produz.

Da mesma forma, dissemos que, igualmente aos produtos, o contrato somente é feito uma vez, replicando-o em cada compra e venda estabelecida.

Logo, uma relação de compra e venda consumerista, ainda que, em tese, firmada somente entre um consumidor específico e o produtor, dirá respeito a toda a coletividade, que estará submetida ao mesmo contrato de compra e venda e ao mesmo produto replicado.

Por isso, a lesão causada a um consumidor não somente o atinge, mas a todos aqueles que foram expostos àquela situação.

Continuando, informamos que à relação consumerista se aplicava a *responsabilidade subjetiva*, ou seja, era necessário que, para ter seus direitos defendidos, restasse comprovada a *culpa lato sensu* do produtor, isto é, cabia ao consumidor comprovar ter agido com *negligência*, *imprudência*, *imperícia* ou até mesmo *dolo*.

Porém, lembremos, os fornecedores eram corporações enormes, revestidas de privilégios junto aos Estados, tendo em vista a pujança com a qual colaboravam para o crescimento econômico dos países.

Ou seja, era quase impossível, nesses moldes, receber qualquer tutela dos Estados em face dos produtores.

Por esse motivo se fazia necessário a adoção da *responsabilidade objetiva* nas relações de consumo.

Logo, a criação de normas específicas era imprescindível. E assim foi feito.

Ainda que o problema acima exposto se arrastava por séculos, foi somente a partir da metade do séc. XX que as organizações pró-consumidor e legislações consumeristas ganharam força.

Podemos citar como exemplos os seguintes elementos e eventos: (i) Leis antitruste americanas – *Lei Sherman e Clayton Act* (1890); (ii) *Conferência Mundial do Consumidor* (Estocolmo, 1972); *Resolução 543 da Assembleia Consultiva da Comunidade Europeia*, responsável pela criação da *Carta Europeia de Proteção ao Consumidor* (1972); *Loi Royer* – Lei Francesa que dispunha sobre proteção ao

consumidor (1973); *Loi Scrivener* – proteção dos consumidores contra abusos de crédito (1978); *ONU estabelece diretrizes para legislação consumerista* (1985) etc.

No Brasil, por exemplo, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.07) vigente somente foi publicado em 11 de setembro de 1990!

Revolução da informação e globalização – por fim, vivenciamos a época da informação e tecnologia. Tais elementos fazem com que as relações de consumo estejam presentes a todo o momento por meio da *internet*.

Essa revolução, inclusive, ensejou consideráveis mudanças e adições no Código de Defesa do Consumidor, voltadas à proteção das relações digitais de consumo, como a publicação do *Marco Civil da Internet*, incorporado ao Ordenamento Jurídico brasileiro por meio da Lei nº 12.965/2014.

Por meio dessa revolução as informações correm o mundo em milésimos de segundo, de modo que as relações de consumo se tornaram possíveis a qualquer tempo e em face de qualquer indivíduo em qualquer região do mundo. O mundo *globalizado*, como dizem, permitiu que indivíduos se conectassem a qualquer região do planeta, o que exige uma modificação e previsão nos documentos consumeristas vigentes.

2. Direito do Consumidor, seus fundamentos e o Ordenamento Jurídico Brasileiro

Como acima exposto, o Código de Defesa do Consumidor somente entrou em vigor dois anos após a vigência da atual Constituição Federal (1988).

Por isso, iniciemos os estudos por ela.

Afirma a Constituição Federal em seus arts. 5º, XXXII e 170 e art. 48 da ADCT:

Art. 5º da Constituição Federal. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

[...]

Art. 170 da Constituição Federal. 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 seguintes princípios:

[...]

IV – livre concorrência;

V – defesa do consumidor.

[...]

Art. 48 dos Atos das Disposições Constitucionais Transitórias. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

Dividamos tais artigos.

2.1. Direito do Consumidor enquanto direito fundamental

Como vimos anteriormente em nosso estudo, a relação consumerista é visivelmente desfavorável aos consumidores. A Constituição Federal de 1988, adotando características sociais e solidárias, estabeleceu a necessidade da criação de um Código do Consumidor que respeitasse os fundamentos da República, dentre eles o mais pertinente ao tema, a *dignidade da pessoa humana* (art. 1º, III).

2.2. Direito do Consumidor enquanto princípio da ordem econômica

Aqui cabe-nos uma pergunta: *até que ponto a previsão da livre iniciativa e do livre comércio atingem a previsão da proteção dos consumidores?* Ora, se a Constituição Federal prevê que as atividades comerciais sejam livres, até que o ponto o são em decorrência da necessidade de observância dos preceitos de proteção consumerista?

Bom, como todos sabemos, não há princípios constitucionais absolutos, sobre eles recaindo inúmeras limitações. É o caso aqui.

Em que pese a previsão da livre iniciativa e do livre comércio, é necessário que sejam observados os elementos que compõem a proteção aos consumidores. Como bem exemplifica Fabrício Bolzan de Almeida:

Da interpretação dos incisos IV e V, a conclusão a que se chega é a de ser plenamente livre explorar a atividade econômica em nosso país, desde que de forma lícita – em respeito, por exemplo, aos demais princípios da ordem econômica –, e que, para ganhar da concorrência, não poderá colocar um produto ou prestar um serviço no mercado de consumo com violação dos direitos dos consumidores.

A assertiva é no sentido de que é vedado aos fornecedores violarem os *direitos básicos da ordem econômica*, bem como aos *direitos básicos dos consumidores* (art. 6º do CDC). Significa dizer que apesar de a nossa República estar baseada nos elementos da *livre iniciativa* (art. 1º, IV), ela sofre limitações no instante em que dela se espera o atendimento às necessidades sociais, dentre elas o respeito à *dignidade da pessoa humana* e os *direitos consumeristas*.

3. Conceitos

3.1. Relação de consumo

De forma básica, entende-se por *relação de consumo* a relação social protegida pelo Direito do Consumidor. Ou seja, entende-se por *relação de consumo* aquele em que figuram como partes o *consumidor* e o *fornecedor*.

O legislador, contudo, não se ateve a conceituar a *relação de consumo*, mas os elementos que a forma. Para entendermos tal elemento, portanto, convém que estudemos quem será considerado consumidor e fornecedor.

3.2. Consumidor

Conforme estabelece o próprio Código de Defesa do Consumidor:

Art. 2º do Código de Defesa do Consumidor. Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Pois bem, expliquemos.

Para a melhor compreensão do conceito o dividiremos:



Nota-se, portanto, a adoção da denominada *teoria finalista*, tendo em vista que se define consumidor o indivíduo que age como *destinatário final* da relação de consumo.

Analisando mais friamente o conceito acima elencado, notamos que o legislador se utilizou de critério puramente *econômico* para defini-lo.

Ainda assim, afirma Fabrício Bolzan de Almeida:

Foi evidente a preocupação do legislador infraconstitucional quando da elaboração do Diploma Consumerista em definir os principais conceitos dos elementos que compõem a relação jurídica de consumo, como forma de minimizar os eventuais conflitos a existirem nesse novo modelo de sociedade e, assim, contribuir para uma maior efetivação da proteção da parte mais fraca dessa relação jurídica, o consumidor-vulnerável.

Ainda que louvável o esforço do legislador, muitas divergências surgiram na doutrina e na jurisprudência de nosso país, em especial no que se refere ao conceito legal de consumidor, pois alguns pretendem alargá-lo e outros restringi-lo, justamente em razão de se tentar descobrir qual seria abrangência do conceito de consumidor destinatário final da relação jurídica de consumo, merecedor da proteção jurídica nos termos do art. 2º, *caput*, do CDC.

São várias as conceituações de consumidor, utilizando-se critérios *sociológicos, psicológicos, filosóficos* etc.

Conforme estabelece o Prof. José Geraldo Brito Filomeno, são as conceituações diante da adoção dos critérios acima citados:

Critério sociológico: [consumidor] é qualquer indivíduo que frui ou se utiliza de bens e serviços e pertence a uma determinada categoria ou classe social.

Critério psicológico: [consumidor é] indivíduo sobre o qual se estudam as reações a fim de se individualizarem os critérios para a produção e as motivações internas que o levam ao consumo.

Critério filosófico: consoante o magistério de Guido Alpa “consumir” nesse aspecto (“homem consumidor”) significa ceder sempre às sugestões veiculadas pela publicidade; significa – em última análise – estar sempre de acordo, a fim de que não se rompa o próprio consenso imposto, bem como alterar-se ante a apologia da sociedade de consumo.

À luz do conceito estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor, pergunta-se: (i) *qual pessoa jurídica se enquadra no conceito de consumidor?* (ii) *quem é destinatário final?*

Pois bem, expliquemos cada uma delas.

Pessoa jurídica consumidora – quanto à pessoa física, sua explicação é simples – será considerado consumidor a pessoa física que contrata ou se utiliza de produto ou serviço como destinatário final. O problema está na delimitação das pessoas jurídicas como consumidores.

Primeiramente, *é possível que uma pessoa jurídica seja consumidora?* Afinal, é comum que sejamos nós, pessoas físicas, consumidoras de produtos comercializados pelas pessoas jurídicas.

Contudo, a resposta é positiva. Assim com as pessoas físicas, é possível que as pessoas jurídicas sejam classificadas como consumidoras. Para tanto, basta que adquiram produtos ou utilizem-se serviços como destinatários finais. Como exemplo, podemos citar a empresa que contrata pessoa jurídica para o fim de realizar a limpeza de sua sede. Notem, nesse caso a empresa visa utilizar-se de serviço de limpeza de outrem, sendo, portanto, destinatária final. Aqui, a empresa que contrata os serviços é consumidora, enquanto aquela que executa a função é fornecedora.

Ainda assim, a limitação dos casos em que as pessoas jurídicas figurarão como consumidoras é um pouco nublada, haja vista que na maioria das vezes, como dissemos, as pessoas jurídicas são prestadoras de serviços, adquirindo produtos e contratando serviços que lhes auxiliem nos serviços que ela mesma presta ou nos produtos que ela mesma confecciona. Aprofundemo-nos nessa questão a partir do próximo elemento.

Destinatário final – até aqui expomos que se entende por consumidor a pessoa física ou jurídica que adquire produto ou se utiliza de serviço como destinatário final. Porém, o que significa ser *destinatário final*? Expliquemos.

Conforme estabelece a doutrina, a definição de *destinatário final* somente será alcançada a partir da identificação de dois elementos específicos, quais sejam: (i) *destinação econômica não profissional*; e (ii) *aplicação do princípio da vulnerabilidade*.

O primeiro deles será atendido quanto o ente não somente se constituir como *destinatário fático*, mas também como *destinatário econômico*. Ou seja, não basta que

retire o produto ou serviço do mercado de consumo; é necessário que, igualmente, o consuma efetivamente.

Nas palavras de Bruno Miragem, este último não somente adquire insumos que posteriormente reempregará na atividade no mercado, transformando-o em outros produtos ou aproveitando-os no oferecimento de algum outro serviço, mas realiza *ato de consumo*, isto é, o consome efetivamente. Diz-se o *uso não profissional* do produto adquirido ou serviço utilizado.

Contudo, não é só através da constatação de ser o ente *destinatário econômico* que estará configurada a figura do consumidor. Exige-se que o mesmo, diante da relação, seja considerado vulnerável. Partamos, portanto, ao estudo da *vulnerabilidade x hipossuficiência*.

Diz-se vulnerável aquele que, por natureza, é suscetível de sofrer ataques. No Direito, especificamente, tem-se por vulnerável o agente reconhecidamente mais fraco nas relações de consumo, ou seja, entende-se por vulneráveis os consumidores, independentemente das classes que ocupem. Sendo consumidores, serão vulneráveis.

A vulnerabilidade, entendamos, pode ser de várias espécies: (i) *técnica*; (ii) *jurídica*; (iii) *política* ou *legislativa*; (iv) *biológica* ou *psíquica*; (v) *ambiental*; (vi) *econômica*; ou (vii) *social*.

Vulnerabilidade técnica – ocorre quando a vulnerabilidade decorre do fato de o consumidor não possuir conhecimentos específicos sobre os produtos que adquire ou os serviços dos quais se utiliza (como veremos mais adiante, é dever dos fornecedores prestar todo tipo de informação quanto aos produtos ou serviços que oferecem em face dos consumidores). Entende-se por *vulnerabilidade técnica* a falta de conhecimento que recai sobre a finalidade do serviço prestado ou sobre a confecção, benefícios, malefícios, componentes etc. quando se fala em produtos.

Vulnerabilidade jurídica – diz-se vulnerável juridicamente aquele cujo ordenamento jurídico favorece os entes em face de quem pratica relações jurídicas.

Vulnerabilidade política ou legislativa – está concatenada na ideia de que são poucas ou inexistentes as associações ou órgãos em prol dos consumidores ante a força dos empresários que, em sua maioria, figuram como fornecedores nas relações de consumo.

Vulnerabilidade biológica ou psíquica – está o consumidor submetido a uma infinidade de propagandas e ofertas baseadas em gatilhos psicológicos que fazem com que os consumidores se vejam inclinados a adquirir produtos ou utilizarem-se de serviços. Ou seja, os consumidores são manipulados ao consumo.

Vulnerabilidade econômica e social – está marcada pelo abismo que se encontra entre aqueles que figuram como consumidores e aqueles que se identificam como fornecedores, tendo em vista que estes possuem condições infinitamente

maiores que aqueles no que diz respeito à imposição de suas vontades perante a relação de consumo.

Vulnerabilidade ambiental – nas palavras de Almeida Souza:

Uma visão sistêmica do direito do consumidor, em que todos habitam o mesmo planeta, faz deste direito o reverso da moeda do direito ambiental. Ou seja, o “consumerismo” destrutivo do meio ambiente é inerente ao modelo vigente da indústria e agricultura, em que todos têm participação em diversos graus através da sociedade de consumo, e todos sofrem prejuízos biológicos em diversos graus por causa do abuso do meio ambiente.

Diante de tantas espécies de vulnerabilidade, é importante que não as confundamos com a *hipossuficiência*. A vulnerabilidade, conforme estabelece o art. 4º, I, do CDC é elemento inerente a todos os consumidores; já a hipossuficiência não, tendo em vista que caberá ao magistrado analisar a sua existência, nos moldes da lei, conforme estabelece o art. 6º, VIII, do mesmo diploma legal:

Art. 4º do Código de Defesa do Consumidor. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

[...]

Art. 6º do Código de Defesa do Consumidor. São direitos básicos do consumidor:

[...]

VIII – a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências.

Dito isso, convém que diferenciemos a vulnerabilidade diante das pessoas físicas e jurídicas. Vejamos:

PESSOA FÍSICA	PESSOA JURÍDICA
Vulnerabilidade presumida	Vulnerabilidade deve ser comprovada

Nos moldes destas assertivas e servindo de revisão do que foi dito até aqui, é o entendimento do C. STJ:

CONSUMIDOR. DEFINIÇÃO. ALCANCE. TEORIA FINALISTA. REGRA. MITIGAÇÃO. FINALISMO APROFUNDADO. CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO. VULNERABILIDADE. 1. A jurisprudência do STJ se encontra consolidada no sentido de que a determinação da qualidade de consumidor deve, em regra, ser feita mediante aplicação da teoria finalista, que, numa exegese restritiva do art. 2º do CDC, considera destinatário final tão somente o destinatário fático e econômico

do bem ou serviço, seja ele pessoa física ou jurídica. 2. Pela teoria finalista, fica excluído da proteção do CDC o consumo intermediário, assim entendido como aquele cujo produto retorna para as cadeias de produção e distribuição, compondo o custo (e, portanto, o preço final) de um novo bem ou serviço. Vale dizer, só pode ser considerado consumidor, para fins de tutela pela Lei n. 8.078/90, aquele que exaure a função econômica do bem ou serviço, excluindo-se o de forma definitiva do mercado de consumo. 3. A jurisprudência do STJ, tomando por base o conceito de consumidor por equiparação previsto no art. 29 do CDC, tem evoluído para uma aplicação temperada da teoria finalista frente às pessoas jurídicas, num processo que a doutrina vem denominando finalismo aprofundado, consistente em se admitir que, em determinadas hipóteses, a pessoa jurídica adquirente de um produto ou serviço pode ser equiparada à condição de consumidora, por apresentar frente ao fornecedor alguma vulnerabilidade, que constitui o princípio-motor da política nacional das relações de consumo, premissa expressamente fixada no art. 4º, I, do CDC, que legitima toda a proteção conferida ao consumidor. 4. A doutrina tradicionalmente aponta a existência de três modalidades de vulnerabilidade: técnica (ausência de conhecimento específico acerca do produto ou serviço objeto de consumo), jurídica (falta de conhecimento jurídico, contábil ou econômico e de seus reflexos na relação de consumo) e fática (situações em que a insuficiência econômica, física ou até mesmo psicológica de consumidor o coloca em pé de desigualdade frente ao fornecedor). Mais recentemente, tem se incluído também a vulnerabilidade informacional (dados insuficientes sobre o produto ou serviço capazes de influenciar no processo decisório de compra). 5. Apesar da identificação *in abstracto* dessas espécies de vulnerabilidade, a casuística poderá apresentar novas formas de vulnerabilidade aptas a atrair a incidência do CDC à relação de dependência de uma das partes frente à outra pode, conforme o caso, caracterizar uma vulnerabilidade legitimadora da aplicação da Lei n. 8.078/90, mitigando os rigores da teoria finalista e autorizando a equiparação da pessoa jurídica compradora à condição de consumidora. [...]

Consumidores por equiparação – transcrevamos o disposto no parágrafo único do art. 2º e nos arts. 17, 29 e 81 do CDC:

Art. 2º, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 17 do Código de Defesa do Consumidor. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

[...]

Art. 29 do Código de Defesa do Consumidor. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

[...]

Art. 81 do Código de Defesa do Consumidor. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I – interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares indeterminados e ligadas por circunstâncias de fato;

II – interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

III – interesses coletivos ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

Inicialmente, de modo equiparado, entende-se por consumidor qualquer indivíduo que, indiretamente, sofre as consequências de uma relação jurídica consumerista. Significa dizer que ainda que não tenha sido parte direta da relação de consumo, em outras palavras, ainda que não tenha adquirido produto ou utilizado de serviço, uma vez sofrido dano em razão de relação de consumo anteriormente ocorrida, será considerado consumidor e, portanto, protegido pelos preceitos estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor.

De outra mão, como dissemos no primeiro tópico deste resumo, o Direito do Consumidor não se trata apenas de relação entre determinado consumidor e fornecedor, mas entre toda a coletividade. Vimos que da mesma forma que os produtos são replicados por modelos únicos, os contratos assim também o são. Deste modo, as relações jurídicas consumeristas nada mais são que réplicas de relações criadas e determinadas pelos próprios fornecedores, haja vista sua natureza adesiva. Aqui está, portanto, a explicação para este entendimento.

Deste modo e conforme disposição do Código, entende-se a relação de consumo como sendo direito *difuso (transindividual), coletivo e individual homogêneo*. Expliquemos:

Direito difuso – o direito difuso estará configurado diante da constatação de três elementos, quais sejam: (i) *transindividualidade* – característica que lhes dá a qualidade de transcender à esfera individual, atingindo, assim, a esfera coletiva; (ii) *indivisibilidade* – faz com que o direito a todos pertença, mas ninguém especificamente o possua. Significa dizer que a satisfação de um só implica, por força, a satisfação de todos, assim como a lesão de um só constitui, *ipso facto*, lesão de inteira coletividade; e (iii) *titularidade indeterminada/interligação por circunstância de fato*.

Direito coletivo “strictu sensu” – remete à constatação de dois elementos: (i) *transindividualidade e determinabilidade dos titulares* – apesar de também transcenderem à esfera individual, diferente do item acima explicado, aqui se sabe quem são os atingidos, porquanto fazem parte de um grupo determinado ou estão ligados à parte contrário por um fato jurídico; (ii) *indivisibilidade* – igualmente ao caso anterior, o direito a todos pertença, mas nenhum deles a possui; a satisfação de um só implica, por força, a satisfação de todos, da mesma forma que a lesão de um só constitui, igualmente, lesão do grupo inteiro.

Direito individual homogêneo – assim se entendem as lesões decorrentes de um fato coletivo comum. Ex.: produção em massa de veículo defeituoso. Em que pese o dano coletivo, o dano a cada consumidor decorrente do erro deve ser reparado individualmente.

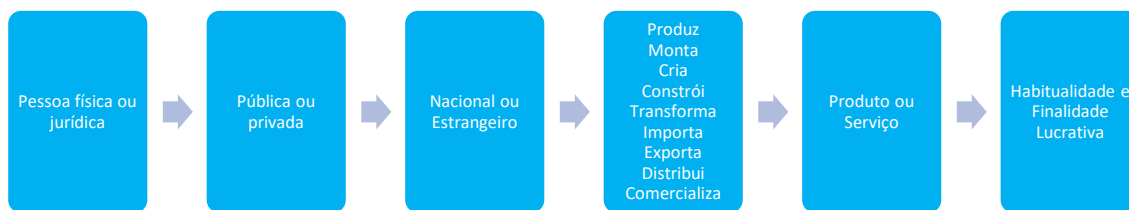
3.3. Fornecedor

3.3.1. Conceito

Estabelece o art. 3º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 3º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor. Fornecedor é 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.

Sistematizando, é o conceito de fornecedor:



Destrinchemos o conceito fixado pelo Código de Defesa do Consumidor.

(i) **Pessoa física fornecedora** – conforme destaca a doutrina, entende-se por *pessoa física fornecedora* o (i.i) *profissional liberal*, (i.ii) *a pessoa que atua com habitualidade fornecendo serviços ou onerando produtos*, (i.iii) *a pessoa que atua com eventualidade, desde que com fins lucrativos* e (i.iv) *o prestador de serviços com habitualidade* (ex.: electricista, encanador, pintor etc).

(ii) **Pessoa jurídica fornecedora** – o próprio art. 3º nos elenca uma série de entes que serão considerados *fornecedores*, quais sejam: (ii.i) *pessoa jurídica privada*, (ii.ii) *pessoa jurídica pública*, (ii.iii) *pessoa jurídica nacional*, (ii.iv) *pessoa jurídica estrangeira* ou (ii.v) *entes despersonalizados*.

Quanto aos últimos (entes despersonalizados), exemplifica Fabrício Bolzan:

Como exemplo podemos citar a “gigantesca Itaipu Binacional, em verdade de um consórcio entre os governos brasileiro e paraguaio para a produção de energia hidrelétrica, e que tem regime jurídico *sui generis*. Outro exemplo significativo de ente despersonalizado é o de uma massa falida que é autorizada a continuar suas atividades comerciais da empresa sob regime de quebra, para que se realizem ativos mais celeremente, fazendo frente ao concurso de credores. Ou, ainda, o espólio de um comerciante, em nome individual, cuja sucessão é representada pelo inventariante”.

Também é possível extrair do conceito de ente despersonalizado as pessoas jurídicas de fato, também denominadas sociedades em comum ou irregular, justamente em razão de sua constituição estar à margem das regras de

direito. Estamos nos referindo àquelas pessoas “que, sem constituir uma pessoa jurídica, desenvolvem, de fato, atividade industrial, comercial, de prestação de serviços etc. A figura do ‘camelô’ está aí inserida. O CDC não poderia deixar de incluir tais ‘pessoas’ pelo simples fato de que elas formam um bom número de fornecedores, que suprem de maneira relevante o mercado de consumo”.

3.3.2. Habitualidade x Profissionalismo

Pergunta-se: *exige-se do fornecedor que o serviço seja prestado ou o produto seja comercializado de maneira profissional?*

Não. Em que pese a grande maioria das legislações consumeristas mundiais preverem o *profissionalismo* como um dos elementos necessários para a caracterização da figura do fornecedor, a legislação pátria não inclui tal elemento como imprescindível.

Importante ressaltar, ainda, que a habitualidade deve estar ligada diretamente à *atividade-fim*. Por exemplo, um feirante (por isso considerado fornecedor) que decide vender um computador que tem em sua casa não será considerado fornecedor em relação a esta venda. Em relação aos produtos hortifrutigranjeiros que comercializa com habitualidade, porém, será considerado fornecedor.

3.4. Produto e serviço

3.4.1. Produto

É a definição, nos moldes do §1º do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 3º, §1º, do Código de Defesa do Consumidor. Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

Pois bem, destrinchemos o conceito.

(i) **Produtos móveis** – são elementos cuja visualização da composição da relação de consumo é de fácil apreensão. Podemos citar como exemplo qualquer compra e venda de produto cuja transferência se dê por meio da tradição.

(ii) **Produtos imóveis** – trata-se de novidade incorporada pela legislação consumerista brasileira. Visou o legislador a aplicação do Código de Defesa do Consumidor principalmente no que diz respeito aos contratos imobiliários, conforme confirmaremos no tópico seguinte (vide tópico 3.5, infra).

(iii) **Produtos materiais** – por bens materiais entende-se aqueles cuja existência se dá fisicamente (são tangíveis, com consistência e características físicas). Portanto, toda e qualquer relação que envolva consumidor, fornecedor e tenha por meio um bem material será considerada relação de consumo, aplicando-se-lhe as disposições do Código de Defesa do Consumidor.

(iv) **Produtos imateriais** – a dificuldade de conceituação, porém, está na definição de quais são os produtos imateriais. Enquanto os produtos materiais são de fácil visualização e constatação, os produtos imateriais, por outro lado, não o são. A

doutrina elenca como produtos imateriais os seguintes elementos: *mútuo bancário, aplicação de renda fixa, caução de títulos, qualquer relação oriunda de meios eletrônicos (internet) etc*; podemos citar, também, as *marcas e patentes, uma música, o conteúdo de um livro, uma ideia etc*. Nesse sentido, muito importante foi a publicação do Decreto n. 7.962/2013, responsável por dispor sobre a contratação no comércio eletrônico, e a Lei n. 12.965/2014 (Marco Civil da Internet), que estabeleceu princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil.

Em que pese a conceituação sucinta do legislador, a doutrina entende ser necessário sua interpretação extensiva, incorporando ao rol dos elementos considerados como *produtos* na relação de consumo, além dos citados pela lei, os que seguem: *bem consumível fisicamente, bem não consumível fisicamente, bem fungível, bem infungível, bem principal, bem acessório, bem novo, bem usado, bem durável, bem não durável, amostra grátis*.

Vejamos:

(v) **Bem consumível fisicamente** – tratam-se dos bens cujo consumo se dá de forma física.

(vi) **Bem consumível não fisicamente** – é o que ocorre nas relações que possuem por objeto bens fiduciários ou digitais, como os já citados *bens imateriais*.

(vii) **Bem fungível** – nos termos do Dicionário Jurídico Acquaviva, são “aqueles móveis que podem ser substituídos por outros da mesma espécie, qualidade e quantidade. Exemplo: dinheiro.”

(viii) **Bem não fungível** – conforme explica o Dicionário Jurídico Acquaviva, são “aqueles que são insubstituíveis por outros da mesma espécie. Exemplo: uma tela de pintor famoso, um objeto de valor arqueológico.”

(ix) **Bem principal** – são os bens configurados como objeto da relação de consumo propriamente dito, existentes em si mesmos e a nada atrelados.

(x) **Bem acessório** – de acordo com o *princípio da gravitação jurídica*, os bens acessórios devem ter o mesmo fim que os principais. Significa dizer que diante de uma relação de consumo que tenha por objeto bens principais, os bens acessórios lhe acompanharão, sendo também considerados e protegidos pelas normas do Código de Defesa do Consumidor.

(xi) **Bem novo** – nesse caso, entende por novo o bem ainda não utilizado, cujo consumo ainda não ocorreu.

(xii) **Bem usado** – também encontra protegida a relação consumerista fundada em bens usados. É o que explica a aplicação do CDC, por exemplo, na relação que envolve a compra e venda de veículo usado entre um indivíduo e uma garagem.

(xiii) **Bem durável** – entende-se por bem durável aquele cujo consumo imediato não o esgota, sendo possível, portanto, a sua utilização contínua por certo

tempo. Podemos citar como exemplo os vestuários, os eletrodomésticos, automóveis etc.

Conforme veremos adiante, em que pese a possibilidade de uso por determinado período, os produtos duráveis possuem prazo de validade, importantíssimos para a constatação da existência de vícios que recaem sobre o bem.

(xiv) ***Bem não durável*** – por outro lado, os bens não duráveis são aqueles cuja utilização logo esgota o produto, quando não o esgotam de imediato. Podemos citar como exemplo os alimentos, remédios, canetas, sabonetes etc.

(xv) ***Amostra grátis*** – a pergunta que se faz aqui é a seguinte: *poderia um produto dado ao indivíduo sem que haja qualquer contraprestação pecuniária ser objeto de uma relação de consumo?* Bem, Fabrício Bolzan responde:

Pensemos no caso de uma mulher convidada para ser madrinha de um casamento que, na saída do *shopping center* onde comprou o par de sapatos a ser usado na cerimônia, deparou-se com um quiosque no qual pessoas distribuíam gratuitamente amostrar de um xampu importado. Imediatamente, a amostra grátis foi recebida e utilizada pela agora “ex-madrinha”, que nem foi ao casamento, pois, ao utilizar o produto em seus cabelos, teve a infeliz surpresa de se ver sem suas madeixas à frente do espelho.

Diante desse exemplo é óbvia a assertiva que entender por objeto de relação de consumo a amostra grátis, ainda que fornecida sem que haja contraprestação pecuniária.

Os elementos que corroboram para tal entendimento são no sentido de que (a) o CDC não exige, para a configuração da relação de consumo, seja a forma de aquisição remunerada, (b) a entrega de amostrar grátis, em que pese não exigir contraprestação pecuniária, tem finalidade lucrativa na medida em que configura estratégia de *marketing* com o intuito de angariar mais clientes e (c) o CDC é fundado na *teoria do risco*, ou seja, na responsabilidade objetiva, não sendo necessário, nesse sentido, seja comprovada a culpa da ação do fornecedor, mas apenas a ação lesiva e o nexo de causalidade.

3.4.2. Serviço

Por outro lado, entende-se por serviço, conforme estabelece a legislação consumerista:

Art. 3º, §2º, do Código de Defesa do Consumidor. Serviço é 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.

Destrinchemos o conceito.

(i) ***Remuneração*** – conforme estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor, exige-se que o serviço seja remunerado. Não o sendo, não há o que se falar em configuração de relação de consumo.

Ocorre que não somente a remuneração direta é considerada, entendendo-se por *remuneração direta* aquela em que o consumidor paga pelo serviço prestado diretamente ao fornecedor, mas também a *remuneração indireta*.

A *remuneração indireta* pode estar camuflada em serviços que, de início, aparentam ser gratuitos. A doutrina exemplifica por meio do serviço de estacionamento dos *shopping centers*. Ainda que seja gratuito, há um pagamento indireto dos consumidores ao *shopping* na medida em que usufruem dos serviços nele oferecidos, através das lojas, cinemas, áreas de alimentação etc.

Fabrizio Bolzan dá outro exemplo interessante:

Em tempos em que quase todas as compras são efetuadas por meio de cartões de crédito com o objetivo de o consumidor acumular “milhas” e beneficiar-se, por exemplo, de serviços como o de transportes aéreos “gratuitos”, importantíssima a observação de que tais atividades nada possuem de cortesia e benesse, muito pelo contrário, são práticas que visam fidelizar o consumidor a ponto de adquirirem e contratarem cada vez mais pelos seus serviços, caracterizando verdadeira forma de remuneração indireta.

(ii) ***Não se incluem as relações trabalhistas*** – são três os motivos pelos quais se excluem as relações trabalhistas do elemento serviço, quais sejam: (ii.i) já existe legislação específica que dispõe acerca das relações trabalhistas, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT); (ii.ii) a proteção à relação trabalhista, além de prevista em legislação infraconstitucional, encontra respaldo e proteção expressa nos arts. 6º e 7º da Constituição Federal; (ii.iii) existe justiça especializada no processamento e julgamento de causas trabalhistas, a Justiça do Trabalho.

(iii) ***Trata-se de rol exemplificativo*** – em que pese o artigo incluir expressamente os serviços de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, o rol elencado é meramente exemplificativo, sendo possível, portanto, sejam incluídos outros serviços.

Serviços públicos – trata-se de tema polêmico na doutrina, pois não se certificou o legislador de dispor das condições nas quais o *serviço público* será considerado objeto de relação de consumo.

O primeiro dos empecilhos entre o serviço público e o Código de Defesa do Consumidor seria a resposta à pergunta: *poderiam coincidir os conceitos de usuário de serviços públicos e consumidor, bem como ser entendido o Poder Público/concessionária como fornecedor?*

Para respondermos, basta que elenquemos os requisitos para que se considere um ente consumidor e o outro fornecedor e tentar aplicá-los ao usuário de serviços públicos e ao Poder Público/concessionária.

Em relação aos usuários do serviço público, não haverá maiores problemas em conceituá-los como sendo consumidores.

O problema se encontra no entendimento do Poder Público/concessionária como fornecedor, principalmente no que diz respeito à exigência de remuneração da atividade prestada ou do produto comercializado.

Surge, então, um outro questionamento: o *Código de Defesa do Consumidor* prevê a necessidade de remuneração, seja direta ou indireta, para que esteja configurada a relação de consumo, como dissemos. Poderia o serviço público, cujo objetivo é concretizar necessidades coletivas, auferir lucro?

De rigor reconhecer que quando o Estado presta um determinado serviço, em regra, não busca a obtenção de lucro, mas, como dissemos, a concretização das necessidades coletivas.

Em que pese a regra, há exceções em que o Poder Público presta seus serviços diretamente ao particular, ocasião na qual não é possível que se negue a existência de encargos (tarifas e taxas) que visam o locupletamento.

Tais modalidades de serviços públicos podem ser distinguidas, respectivamente, pela nomenclatura *uti universi* (serviços universais) e *uti singuli* (serviços individuais).

Nesse sentido, é o entendimento de Fabrício Bolzan:

Em nossa opinião, o lucro não consiste apenas num “componente relevante para o concessionário, para a garantia do equilíbrio de seu contrato”, mas sim num elemento a ser considerado no momento da formulação da proposta quando da participação na respectiva licitação. *Data venia*, pensar de modo diverso ou defender que não há lucro na prestação do serviço público, mas sim superávit, é interpretar o instituto com excesso de romantismo, incompatível com a nossa atual realidade.

No caso das segundas, portanto, aplicar-se-iam as normas da legislação consumerista, ou seja, nos serviços *uti singuli* haveria sim a incidência do Código de Defesa do Consumidor.

Por fim, há mais uma pergunta: *ainda que haja lucro em determinados serviços públicos (destinados a particulares), ambas as remunerações (taxas e tarifas) serão consideradas na configuração da relação de consumo?*

Não. Em que pese a existência de ambas as remunerações, somente estarão protegidas pelo CDC os serviços *uti singuli* remunerados por meio de tarifa.

A diferença básica entre as duas é de que a taxa é *prestação pecuniária e compulsória*, vinculada a determinada atividade administrativa, tendo em vista a existência de previsão legal nesse sentido. A tarifa, por outro lado, não é compulsória, possuindo justamente caráter negocial – daí ser considerada remuneração.

Nesse sentido, inclusive, é o entendimento do C. STJ:

ADMINISTRATIVO. SERVIÇO PÚBLICO CONCEDIDO. ENERGIA ELÉTRICA. INADIMPLÊNCIA.

1. Os serviços públicos podem ser próprios e gerais, sem possibilidade de identificação dos destinatários. São financiados pelos tributos e prestados pelo próprio Estado, tais como segurança pública, saúde, educação, etc. Podem ser também impróprios e individuais, com destinatários determinados ou determináveis. Neste caso, têm uso específico e mensurável, tais como os serviços de telefone, água e energia elétrica.

2. Os serviços públicos impróprios podem ser prestados por órgãos da administração pública indireta ou, modernamente, por delegação, como previsto na CF (art. 175). São regulados pela Lei 8.987/95, que dispõe sobre a concessão e permissão dos serviços públicos.

3. Os serviços prestados por concessionárias são remunerados por tarifa, sendo facultativa a sua utilização, que é regida pelo CDC, o que a diferencia da taxa, esta, remuneração do serviço público próprio.

4. Os serviços públicos essenciais, remunerados por tarifa, porque prestados por concessionárias do serviço, podem sofrer interrupção quando há inadimplência, como previsto no art. 6º, §3º, II, da Lei 8.987/95. Exige-se, entretanto, que a interrupção seja antecedida por aviso, existindo na Lei n. 9.427/97, que criou a ANEEL, idêntica previsão.

5. A continuidade do serviço, sem o efetivo pagamento, quebra o princípio da igualdade das partes e ocasiona o enriquecimento sem causa, repudiado pelo Direito (arts. 42 e 71 do CDC, em interpretação conjunta).

6. Hipótese em que não há respaldo legal para a suspensão do serviço, pois tem o objetivo compelir o usuário a pagar multa por suposta fraude no medidor e diferença de consumo apurada unilateralmente pela Cia. de Energia.

7. Recurso especial improvido (REsp 793.422/RS, Rel. Ministra Eliana Calmon, 2ª T., DJ 17-8-2006).

3.5. Situações especiais

Como dito anteriormente, entende-se por *relação de consumo* a relação social protegida pelo Direito do Consumidor, consubstanciada em relação que envolva consumidor e fornecedor.

Em que pese termos definido os elementos que a compõem, há situações cuja identificação da *relação de consumo* é um tanto quanto complicada. Por isso, convém que enunciemos algumas situações em que se aplicará ou não, segundo a jurisprudência, o Código de Defesa do Consumidor.

Vejamos:

APLICA-SE O CDC	NÃO SE APLICA O CDC
Relação entre entidade de previdência privada e seus participantes: <i>Súmula n. 321 do STJ – O Código de Defesa do Consumidor é aplicável à relação jurídica entre a entidade de previdência privada e seus participantes.</i>	Relação entre associações desportivas e condomínios com os respectivos associados e condôminos, com exceção do Estatuto do Torcedor: <i>“NÃO CONFIGURADA. FURTO DE MOTOCICLETA NAS DEPENDÊNCIAS DE CLUBE SÓCIO-RECREATIVO.</i>

<p><u>Súmula n. 563 do STJ</u> – O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às entidades abertas de previdência complementar, não incidindo nos contratos previdenciários celebrados com entidades fechadas.</p> <p>“[...] 2. Há diferenças sensíveis e marcantes entre as entidades de previdência privada aberta e fechada. Embora ambas exerçam atividade econômica, apenas as abertas operam em regime de mercado, podem auferir lucro das contribuições vertidas pelos participantes (proveito econômico), não havendo também nenhuma imposição legal de participação de participantes e assistidos, seja no tocante à gestão dos planos de benefícios, seja ainda da própria entidade. Não há intuito exclusivamente protetivo-previdenciário.</p> <p>3. Nesse passo, conforme disposto no art. 36 da Lei Complementar n. 109/2001, as entidades abertas de previdência complementar, equiparadas por lei às instituições financeiras, são constituídas unicamente sob a forma de sociedade anônima. Elas, salvo as instituídas antes da mencionada lei, têm, pois, necessariamente, finalidade lucrativa e são formadas por instituições financeiras e seguradoras, autorizadas e fiscalizadas pela Superintendência de Seguros Privados – Susep, vinculada ao Ministério da Fazenda, tendo por órgão regulador o Conselho Nacional de Seguros Privados – CNSP.</p> <p>4. É nítido que as relações contratuais entre as entidades abertas de previdência complementar e participantes e assistidos de seus planos de benefícios – claramente vulneráveis – são relação de mercado, com existência de legítimo auferimento de proveito econômico por parte da administradora do plano de benefícios, caracterizando-se genuína relação de consumo.</p> <p>5. No tocante às entidades fechadas, o artigo 34, I, da Lei Complementar n. 109/2001</p>	<p>ESTACIONAMENTO. INDENIZAÇÃO INDEVIDA. I. Não padece de nulidade o acórdão estadual que enfrenta, suficientemente, as questões essenciais ao julgamento da lide, apenas que com conclusões desfavoráveis à parte. II. Inexistindo expressa previsão estatutária, não é a entidade sócio-recreativa, assim como por igual acontece nos condomínios, responsável pelo furto de veículos ocorrido em suas dependências, dada a natureza comunitária entre os filiados, sem caráter lucrativo. III. Recurso especial conhecido em parte e provido. Ação Improcedente (STJ – REsp: 310953 SP 2001/0031124-5, Relator: Ministro ALDIR PASSARINHO JUNIOR, Data de Julgamento: 10/04/2007, T4 – QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJ 07/05/2007 p. 326).</p> <p>Há, contudo, uma exceção, expressa no art. 3º da Lei n. 10.671/2003 (Estatuto do Torcedor:</p> <p><u>Art. 3º do Estatuto do Torcedor</u> – Para todos os efeitos legais, equiparam-se a fornecedor, nos termos da Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, a entidade responsável pela organização da competição, bem como a entidade de prática desportiva detentora do mando de jogo.</p> <p>Quanto aos condomínios, porém, importante ressaltar o acórdão do STJ que define como configurada a relação de consumo quando, por exemplo, o condômino é erroneamente cobrado acerca de tarifa condominial (água, esgoto, energia elétrica etc.):</p> <p>“PROCESSUAL CIVIL E ADMINISTRATIVO. AÇÃO DE REPETIÇÃO DE INDÉBITO. PRAZO PRESCRICIONAL. CÓDIGO CIVIL. SÚMULA 412/STJ. FORNECIMENTO DE ESGOTO. AUSÊNCIA DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. RELAÇÃO DE CONSUMO. ART. 42, PARÁGRAFO ÚNICO, DO CDC. DEVOLUÇÃO EM DOBRO. TARIFA COBRADA INDEVIDAMENTE. PRECEDENTES. 1. ‘A</p>
--	--

<p>deixa límpido que ‘apenas’ administram os planos, havendo, conforme dispõe o art. 35 da Lei Complementar n. 109/2001, gestão compartilhada entre representantes dos participantes nos conselhos deliberativos (órgão máximo de estrutura organizacional) e fiscal (órgão de controle interno). Ademais, os valores alocados ao fundo comum obtido, na verdade, pertencem aos participantes e beneficiários do plano, existindo explícito mecanismo de solidariedade, de modo que todo excedente do fundo de pensão é aproveitado em favor de seus próprios integrantes. [...] (REsp 1.536.786/MG, Rel. Ministro Luís Felipe Salomão, 2ª Seção, DJe 20-10-2015).”</p>	<p>ação de repetição de indébito de água e esgoto sujeita-se ao prazo prescricional estabelecido no Código Civil’ (Súmula 412/STJ) 2. A jurisprudência do STJ é pacífica no sentido de que, inexistente rede de esgotamento sanitário, fica caracterizado a cobrança abusiva, sendo razoável falar em engano justificável, pois a agravada, mesmo sabendo que o condomínio não usufruía do serviço público de esgoto, cobrou tarifa de modo dissimulado na fatura de água (AgRg no Ag 777.344/RJ, Rel. Ministra Denise Arruda, DJ 23-4-2007). Agravo regimental improvido (AgRg no REsp 1.135.528/RJ, Ministro Humberto Martins, 2-9-2010).”</p>
<p>Relação entre bancos de sangue e doadores: “CIVIL E PROCESSUAL. DOAÇÃO DE SANGUE. EXAMES EQUIVOCADOS QUE ATRIBUÍRAM À DOADORA DOENÇA INEXISTENTE. CADASTRAMENTO NEGATIVO EM BANCO DE SANGUE. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. AJUIZAMENTO NA COMARCA DE DOMICÍLIO DA AUTORA. EXCEÇÃO DE INCOMPETÊNCIA ACOLHIDA. RELAÇÃO DE CONSUMO CARACTERIZADA. PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. DESTINATÁRIO FINAL. CDC, ARTS. 2º, 3º, §2º, E 101, I. EXEGESE. I. A coleta de sangue de doador, exercida pelo hemocentro como parte de sua atividade comercial, configura-se como serviço para fins de enquadramento no Código de Defesa do Consumidor, de sorte que a regra de foro privilegiado prevista no art. 101, I, se impõe para efeito de firmar a competência do foro do domicílio da autora para julgar ação indenizatória por dano moral em razão de alegado erro no fornecimento de informação sobre doença inexistente e registro negativo em bancos de sangue no país. II. Recurso conhecido e provido. (STJ – Resp: 540922 PR 2003/0072579-6,</p>	<p>Relação entre atividade bancária e os beneficiários do crédito educativo: Em que pese a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas relações que envolvam instituições bancárias/financeiras ser pacífica na doutrina, em se tratando de crédito educativo tem entendido a jurisprudência pela não aplicação da legislação consumerista. Vejamos: “ADMINISTRATIVO. CONTRATO DE CRÉDITO EDUCATIVO. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. INAPLICABILIDADE. 1. Os contratos de crédito educativo têm por objetivo subsidiar a educação superior e são regidos pela Lei 8.436/92. Não se trata de relação de consumo, descabendo cogitar de aplicação das normas do CDC. Precedente. 2. Recurso especial improvido (STJ – Resp: 560405 RS 2003/0109820-1, Relator: Ministro CASTRO MEIRA, Data de Julgamento: 21/09/2006, T2 – SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJ 29/09/2006 p. 248).”</p>

<p>Relator: Ministro ALDAIR PASSARINHO JUNIOR, Data de Julgamento: 15/09/2009, T4 – QUARTA TURMA, Data de Publicação: --> DJe 13/10/2009)”</p>	
<p>Relação entre emissora de TV enquanto fornecedora e telespectador:</p> <p>Em regra, à relação desenvolvida entre emissora de TV e telespectador não se aplicará o CDC, conforme o acórdão abaixo transcrito:</p> <p>“CIVIL E PROCESSUAL. AÇÃO DE COBRANÇA, CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. CONTRATAÇÃO DE EMPRÉSTIMO JUNTO A INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. DEPÓSITO DE IMPORTÂNCIA A TÍTULO DE PRIMEIRA PRESTAÇÃO. CRÉDITO MUTUADO NÃO CONCEDIDO. ATRIBUIÇÃO DE RESPONSABILIDADE CIVIL AO PRESTADOR DO SERVIÇO E À REDE DE TELEVISÃO QUE, EM PROGRAMA SEU, APRESENTARA PROPAGANDA DO PRODUTO E SERVIÇO. ‘PUBLICIDADE DE PALCO’. CARACTERÍSTICAS. FINALIDADE. AUSÊNCIA DE GARANTIA, PELA EMISSORA, DA QUALIDADE DO BEM OU SERVIÇO ANUNCIADO. MERA VEICULAÇÃO PUBLICITÁRIA. EXCLUSÃO DA LIDE. MUTA PROCRASTINATÓRIA APLICADA PELA INSTÂNCIA ORDINÁRIA. PROPÓSITO DE PREQUESTIONAMENTO. EXCLUSÃO. SÚMULA N. 98-STJ. CDC, ARTS. 3º, 12, 14, 18, 20, 36, PARÁGRAFO ÚNICO, E 38; CPC, ART. 267, VI. I. A responsabilidade pela qualidade do produto ou serviço anunciado ao consumidor é do fornecedor respectivo, assim conceituado nos termos do art. 3º da Lei n. 8.078/1990, não se estendendo por meio de apresentador durante programa de televisão, denominada ‘publicidade de palco’. II. Destarte, é de se excluir da lide, por ilegitimidade passiva ad causam, a emissora de televisão, por não se lhe poder atribuir co-responsabilidade por apresentar publicidade de empresa financeira,</p>	<p>Relação entre advogado e cliente (no que tange às questões contratuais):</p> <p>Trata-se de ponto controverso. Contudo, para a maioria do Superior Tribunal de Justiça, no que diz respeito às questões contratuais entre advogado e cliente não há o que se falar em aplicação da legislação consumerista. Para o melhor entendimento, transcrevermos trecho do Livro <i>Direito do Consumidor Esquematizado</i>® de Fabrício Bolzan. Segundo o doutrinador: “Em relação à jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, existem cisões para ambos os lados. Algumas entenderam pela incidência do Código de Consumidor, reconhecendo a abusividade de cláusula do contrato de prestação de serviços advocatícios no tocante à fixação do percentual de honorários (REsp 651.278, julgado em 28-10-2004, e REsp 364.169, julgado em 20-4-2004). Entretanto, as decisões mais recentes têm sido pela não incidência do CDC a estas relações. É o caso do entendimento insculpido no REsp 914.104, julgado em 9-9-2008: ‘As normas protetivas dos direitos do consumidor não se prestam a regular as relações derivadas de contrato de prestação de serviços de advocacia, regidas por legislação própria’. No ano de 2011, o STJ reafirmou a posição de não incidência do Diploma Consumerista nas relações envolvendo serviços advocatícios, mas revisou percentual de honorários advocatícios sob o fundamento da caracterização do instituto da lesão previsto no Código Civil: ‘2. O CDC não se aplica à regulação de contratos de serviços advocatícios. Precedentes’ (REsp 1.155.200/DF, Ministra Nancy Andrighi, 3ª T., 22-2-2011).”</p>

<p>também ré na ação, que teria deixado de fornecer o empréstimo ao telespectador nas condições prometidas no anúncio. III. ‘Embargos de declaração manifestados com notório propósito de prequestionamento não tem caráter protelatório’ (Súmula n. 98/STJ). IV. Recurso especial conhecido e provido. (STJ – Resp: 1157228 RS 2009/0188460-8, Relator: Ministro ALDIR PASSARINHO JUNIOR, Data de Julgamento: 03/02/2011, T4 – QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJe 27/04/2011)”</p> <p>Contudo, em determinadas situações, quando a emissora de TV presta determinados serviços, aplicar-se-á o CDC. É o caso a seguir exposto:</p> <p>“TELEVISÃO. ®SHOW DO MILHÃO. Código de Defesa do Consumidor. Prática abusiva. A emissora de televisão presta um serviço e como tal se subordina às regras do Código de Defesa do Consumidor. Divulgação de concurso com promessa de recompensa segundo critérios que podem prejudicar o participante. Manutenção da liminar para suspender a prática. Recurso não conhecido. (STJ – Resp: 436135 SP 2002/0059214-1, Relator: Ministro RUY ROSADO DE AGUIAR, Data de Julgamento: 17/06/2003, T4 – QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJ 12.08.2003 p. 231 RDDP vol. 7 p. 121 RJADCOAS vol. 51 p. 51 RSTJ vol. 190 p. 377)”</p>	
<p>Relação entre cooperativa de assistência à saúde e filiados:</p> <p>Conforme entendimento do STJ, ainda que haja reconhecimento de vínculo empregatício entre cooperativa de assistência à saúde e seus filiados, não se vê prejudicada a aplicação do CDC à relação:</p> <p>“CIVIL E PROCESSUAL. COOPERATIVA DE TRABALHO MÉDICO. ATO LESIVO PRATICADO POR MÉDICO. RESPONSABILIDADE CIVIL. CDC, CCE LEI N.</p>	<p>Relação entre locador e locatário de imóveis:</p> <p>Como bem sabemos, incidem as normas da legislação consumerista nas relações entre empresas imobiliárias ou administradoras de imóveis e seus clientes:</p> <p>“RECURSO ESPECIAL. CONTRATO DE ADMINISTRAÇÃO IMOBILIÁRIA. PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. DESTINAÇÃO FINAL ECONÔMICA. VULNERABILIDADE. RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO</p>

<p>5.764/71. EMBARGOS DECLARATÓRIOS. OMISSÃO NÃO CONFIGURADA. I. A inexistência de vínculo empregatício entre a cooperativa de trabalho médico e o profissional a ela associado não é fator impeditivo do reconhecimento da sua responsabilidade civil, com base nas disposições da lei substantiva e do Código de Defesa do Consumidor, em relação aos atos praticados em decorrência de serviços prestados em plano de saúde. II. Embargos rejeitados, posto que buscam efeito meramente infringente do julgado (EDcl do REsp 309.760/RJ, rel. Min, Aldir Passarinho Junior, 4ª T., j. 18-4-2002, DJ 1º-7-2002, p. 346).</p> <p>Contudo, tratando-se de plano de saúde administrado por entidade de autogestão não há o que se falar em aplicação do CDC:</p> <p>“RECURSO ESPECIAL. ASSISTÊNCIA PRIVADA À SAÚDE. PLANOS DE SAÚDE DE AUTOGESTÃO. FORMA PECULIAR DE CONSTITUIÇÃO E ADMINISTRAÇÃO, PRODUTO NÃO OFERECIDO AO MERCADO DE CONSUMO. INEXISTÊNCIA DE FINALIDADE LUCRATIVA. RELAÇÃO DE CONSUMO NÃO CONFIGURADA. NÃO INCIDÊNCIA DO CDC. 1. A operadora de planos privados de assistência à saúde, na modalidade de auto-gestão, é pessoa jurídica de direito privado sem finalidades lucrativas que, vinculada ou não à entidade pública ou privada, opera plano de assistência à saúde com exclusividade para um público determinado de beneficiários. 2. A constituição dos planos sob a modalidade de autogestão diferencia, sensivelmente, essas pessoas jurídicas quanto à administração, forma de associação, obtenção e repartição de receitas, diverso dos contratos firmados com empresas que exploram essa atividade no mercado e visam ao lucro. 3. Não se aplica o Código de Defesa do Consumidor ao contrato de plano de saúde administrado por entidade de</p>	<p>CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. 1. O contrato de administração imobiliária possui natureza jurídica complexa, em que convivem características de diversas modalidades contratuais típicas – corretagem, agenciamento, administração, mandato –, não se confundindo com um contrato de locação, nem necessariamente dele dependendo. 2. No cenário caracterizado pela presença da administradora na atividade de locação imobiliária se sobressaem pelo menos duas relações jurídicas distintas: a de prestação de serviços, estabelecida entre o proprietário de um ou mais imóveis e essa administradora, e a de locação propriamente dita, em que a imobiliária atua como intermediária de um contrato de locação. 3. Na primeira, o dono do imóvel ocupa a posição de destinatário final econômico daquela serventia, vale dizer, aquele que contrata os serviços de uma administradora de imóvel remunera a expertise da contratada, o know how oferecido em benefício próprio, não se tratando propriamente de atividade que agrega valor econômico ao bem. 4. É relação autônoma que pode se operar com as mais diversas nuances e num espaço de tempo totalmente aleatório, sem que sequer se tenha como objetivo a locação daquela edificação. 5. A atividade da imobiliária, que é normalmente desenvolvida com o escopo de propiciar um outro negócio jurídico, uma nova contratação, envolvendo uma terceira pessoa física ou jurídica, pode também se resumir ao cumprimento de uma agenda de pagamentos (taxas, impostos e emolumentos) ou apenas à conservação do bem, à sua manutenção e até mesmo, em casos extremos, ao simples exercício da posse, presente uma eventual impossibilidade do próprio dono, tudo a evidenciar a sua destinação final econômica em relação ao contratante. 6.</p>
--	---

<p>autogestão, por inexistência de relação de consumo. 4. Recurso especial não provido (REsp 1.285.483/PB, Rel. Ministro Luís Felipe Salomão, 2ª Seção, DJe 16-8-2016).</p>	<p>Recurso especial não provido (STJ – Resp: 509304 PR 2003/0034681-0, Relator: Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA, Data de Julgamento: 16/05/2013, T3 – TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 23/05/2013).”</p> <p>Contudo, tal entendimento não permanece diante da relação entre locador e locatário:</p> <p>“LOCAÇÃO. MULTA MORATÓRIA. REDUÇÃO. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. INAPLICABILIDADE. – Consoante iterativos julgados desse Tribunal, as disposições contidas no Código de Defesa do Consumidor não são aplicáveis ao contrato de locação predial urbana, que se regula por legislação própria – Lei 8.245/91. – Recurso especial conhecido e provido (STJ – Resp: 399938 MS 2001/0176128-4, Relator: Ministro VICENTE LEAL, Data de Julgamento: 18/04/2002, T6 – SEXTA TURMA, Data de Publicação: DJ 13.05.2002 p. 246).”</p>
<p>Relação entre sociedades cooperativas de empreendimentos habitacionais e compradores:</p> <p><u>Súmula n. 602 do STJ</u> – O Código de Defesa do Consumidor é aplicável aos empreendimentos habitacionais promovidos pelas sociedades cooperativas.</p>	<p>Relação envolvendo contrato de edificação por condomínio:</p> <p>“DIREITO CIVIL. INCORPORAÇÃO. PERMUTA NO LOCAL. PROPRIETÁRIO DO TERRENO E CONDÔMINOS. EQUIPARAÇÃO. RESCISÃO DO CONTRATO DE ALIENAÇÃO. INDENIZAÇÃO. LIMITES. VANTAGEM FINANCEIRA AUFERIDA PELO PROPRIETÁRIO DO TERRENO. – Nem sempre o proprietário do terreno incorporado participa ativamente da incorporação, como incorporador. Este, não raro, firma compromisso de compra e venda com o proprietário do imóvel, assumindo a obrigação de efetuar o pagamento do preço, no todo ou em parte, com unidades do empreendimento, modalidade que encontra previsão no art. 39 da Lei nº 4.591/64 e que é denominada de ‘permuta no local’. – Nessa circunstância, o proprietário do terreno assumirá o status jurídico de mero condômino, em igualdade de condições com qualquer</p>

	<p>outra adquirente de unidade da incorporação. A figura do proprietário do terreno se equipara à do consumidor, nos termos do art. 2º do CDC, tendo o incorporador como fornecedor. O dono do imóvel só difere dos demais adquirentes porque paga sua unidade autônoma com o próprio terreno no qual foi erguido o empreendimento, mas tal circunstância não tem o condão de desvirtuar a relação de consumo. – A natureza da relação entre o proprietário do terreno e os demais adquirentes, contudo, não é de consumo, mas civil, tanto na conclusão regular do empreendimento – quando serão todos condôminos – quanto na rescisão do contrato de alienação do terreno – hipótese em que surgirá para o seu proprietário uma obrigação de reparação civil, visando a evitar o seu enriquecimento sem causa. – O dever de indenização previsto no art. 40 da Lei nº 4.591/64 deve limitar-se à vantagem financeira auferida pelo proprietário do terreno, a qual não se confunde com o valor integral pago pelos demais adquirentes à incorporadora. – Na prática, considerando que todas as unidades do empreendimento sejam de igual valor, deve se apurar o custo total da edificação, dividindo-o pelo número total de adquirentes, excluído o proprietário do terreno. O resultado encontrado corresponderá ao valor da parcela de construção adicionado à unidade por cada adquirente. Recurso especial não conhecido (STJ – Resp: 686198 RJ 2004/0126136-0, Relator: Ministro CARLOS ALBERTO MENEZES DIREITO, Data de Julgamento: 23/10/2007, T3 – TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJ 01.02.2008 p. 1).”</p>
<p>Relação entre agente financeiro ao Sistema de Habilitação – SFH e mutuário:</p>	<p>Relação entre franqueador e franqueado: “CIVIL E PROCESSUAL. CONTRATO DE FRANQUIA. AÇÃO DE RESCISÃO</p>

<p>Conforme estabeleceu o STJ em uma de suas teses: “As normas do Código de Defesa do Consumidor são aplicáveis aos contratos do Sistema Financeiro de Habitação, desde que não vinculados ao FCVS e que posteriores à entrada em vigor da Lei 8.078/90.”</p> <p>“SFH. SEGURO HABITACIONAL. CONTRATAÇÃO FRENTE AO PRÓPRIO MUTUANTE OU SEGURADORA POR ELE INDICADA. DESNECESSIDADE. INEXISTÊNCIA DE PREVISÃO LEGAL. VENDA CASADA. – Discute-se neste processo se, na celebração de contrato de mútuo para aquisição de moradia, o mutuário está obrigado a contratar o seguro habitacional diretamente com o agente financeiro ou com a seguradora por este indicada, ou se lhe é facultado buscar no mercado a cobertura que melhor lhe aprouver. – O seguro habitacional foi um dos meios encontrados pelo legislador para garantir as operações originárias do SHF, visando a atender a política habitacional e a incentivar a aquisição da casa própria. A apólice colabora para com a viabilização dos empréstimos, reduzindo os riscos inerentes ao repasse de recursos aos mutuários. – Diante dessa exigência da lei, tornou-se habitual que, na celebração de contrato de financiamento habitacional, as instituições financeiras imponham ao mutuário um seguro administrado por elas próprias ou por empresa pertencente ao seu grupo econômico. – A despeito da aquisição do seguro ser fator determinante para o financiamento habitacional, a lei não determina que a apólice deva ser necessariamente contratada frente ao próprio mutuante ou seguradora por ele indicada. – Ademais, tal procedimento caracteriza a denominada ‘venda casada’, expressamente vedada pelo art. 39, I, do CDC, que condena qualquer tentativa do fornecedor de se beneficiar de sua</p>	<p>CUMULADA COM PEDIDO INDENIZATÓRIO. FORO DE ELEIÇÃO. COMPETÊNCIA. VALIDADE DA CLÁUSULA. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. INAPLICABILIDADE À ESPÉCIE. HIPOSSUFICIÊNCIA NÃO RECONHECIDA. MATÉRIA DE FATO E REEXAME CONTRATUAL. SÚMULAS N. 5 E 7-STJ. FUNDAMENTO INATACADO. SÚMULA N. 283-STF. I. O contrato de franquia, por sua natureza, não está sujeito ao âmbito de incidência da Lei n. 8.078/1990, eis que o franqueado não é consumidor de produtos ou serviços da franqueadora, mas aquele que os comercializa junto a terceiro, estes sim, os destinatários finais. [...] (STJ – Resp: 632958 AL 2004/0022012-9, Relator: Ministro ALDIR PASSARINHO JUNIOR, Data de Julgamento: 04/03/2010, T4 – QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJe 29/03/2010).”</p>
---	---

<p>superioridade econômica ou técnica para estipular condições negociais desfavoráveis ao consumidor, cerceando-lhe a liberdade de escolha. – Recurso especial não conhecido (REsp 804.202/MG, Rel. Ministra Nancy Andrighi, 3ª T., j. 19-8-2008).”</p>	
<p>Relação entre sociedade civil sem fins lucrativos e associados: “Processual civil. Recurso especial. Sociedade civil sem fins lucrativos de caráter beneficente e filantrópico. Prestação de serviços médicos, hospitalares, odontológicos e jurídicos a seus associados. Relação de consumo caracterizada. Possibilidade de aplicação do código de defesa do consumidor. – Para o fim de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, o reconhecimento de uma pessoa física ou jurídica ou de um ente despersonalizado como fornecedor de serviços atende aos critérios puramente objetivos, sendo irrelevantes a sua natureza jurídica, a espécie dos serviços que prestam e até mesmo o fato de se tratar de uma sociedade civil, sem fins lucrativos, de caráter beneficente e filantrópico, bastando que desempenhe determinada atividade no mercado de consumo mediante remuneração. Recurso especial conhecido e provido (STJ – Resp: 519310 SP 2003/0058088-5, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 20/04/2004, T3 – TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJ 24/05/2004 p. 262).</p>	<p>Relação entre seguro obrigatório DPVAT e beneficiário: “RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE COBRANÇA DE SEGURO OBRIGATÓRIO (DPVAT). OBRIGAÇÃO IMPOSTA POR LEI. AUSÊNCIA DE QUALQUER MARGEM DE DISCRICIONARIEDADE NO TOCANTE AO OFERECIMENTO E ÀS REGRAS DA INDENIZAÇÃO SECURITÁRIA PELAS RESPECTIVAS SEGURADORAS, NÃO HAVENDO SEQUER A OPÇÃO DE CONTRATAÇÃO, TAMPOUCO DE ESCOLHA DO FORNECEDOR E/OU DO PRODUTO PELO SEGURADO. INEXISTÊNCIA DE RELAÇÃO DE CONSUMO. IMPOSSIBILIDADE DE INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA COM BASE NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. RECURSO DESPROVIDO. 1. Diversamente do que se dá no âmbito da contratação de seguro facultativo, as normas protetivas do Código de Defesa do Consumidor não se aplicam ao seguro obrigatório (DPVAT). 1.1. Com efeito, em se tratando de obrigação imposta por lei, na qual não há acordo de vontade entre as partes, tampouco qualquer ingerência das seguradoras componentes do consórcio do seguro DPVAT nas regras atinentes à indenização securitária (extensão do seguro; hipóteses de cobertura; valores correspondentes; dentre outras), além de inexistir sequer a opção de contratação ou escolha do produto ou fornecedor pelo segurado, revela-se ausente relação consumerista na espécie, ainda que se valha das figuras equiparadas de consumidor dispostas na Lei n. 8.078/90. 2. Recurso especial desprovido (STJ – Resp: 1635398 PR 2016/0284872-3,</p>

	<p>Relator: Ministro MARCO AURÉLIO BELLIZZE, Data de Julgamento: 17/10/2017, T3 – TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 23/10/2017).”</p>
<p>Relação entre empresa de corretagem de valores e títulos mobiliários e seus clientes: “CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL. RECURSO ESPECIAL. CORRETAGEM DE VALORES E TÍTULOS MOBILIÁRIOS. OMISSÃO, CONTRADIÇÃO OU OBSCURIDADE. NÃO OCORRÊNCIA. RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO CDC. – Recurso especial interposto em 16/12/2015 e distribuído a este gabinete em 25/08/2016. – Cinge-se a controvérsia à incidência do CDC aos contratos de corretagem de valores e títulos mobiliários. – Na ausência de contradição, omissão ou obscuridade, não existe violação do art. 535, II, do CPC/73. – O valor operação comercial envolvida em um determinado contrato é incapaz de retirar do cidadão a natureza de consumidor a ele conferida pela legislação consumerista. – É incabível a condição de consumidor de uma determinada pessoa em razão da presunção de seu nível de discernimento comparado ao da média dos consumidores. – Impõe-se reconhecer a relação de consumo existente entre o contratante que visa atender necessidades próprias e as sociedades que prestam de forma habitual e profissional o serviço de corretagem de valores e títulos mobiliários. – Recurso especial conhecido e provido (STJ – REsp: 1599535 RS 2016/0124615-3, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 14/03/2017, T3 – TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 21/03/2017).</p>	

4. Política Nacional de Relações de Consumo

4.1. Introdução

Os arts. 4º e 5º do Código de Defesa do Consumidor prevê o que se denomina por *Política Nacional de Relações de Consumo*. Trata-se de rol exemplificativo que elenca os *princípios e direitos no Código de Defesa do Consumidor*.

Por primeiro, visualizemos o teor do artigo e, em seguida, expliquemos cada um dos princípios:

Art. 4º do Código de Defesa do Consumidor. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II – ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170 da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV – educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V – incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI – coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII – racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII – estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5º do Código de Defesa do Consumidor. Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I – manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II – instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III – criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV – criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V – concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

§1º (Vetado).

§2º (Vetado).

4.2. Princípio da Dignidade da Pessoa Humana

O primeiro dos princípios estampados na Política Nacional de Relações de Consumo é a dignidade da pessoa humana, disposta como fundamento da República Federativa do Brasil, encontrando previsão no art. 1º, III, da Constituição Federal.

Tratando-se de Código de Defesa do Consumidor, a dignidade deve ser analisada caso a caso, tendo em vista se tratar de elemento abstrato.

4.3. Princípio da Qualidade e Segurança e Princípio da Reparação Integral do Dano

Intrinsecamente ligado ao *Princípio da Informação*, afirma que os produtos e serviços colocados à disposição dos consumidores não podem colocar a sua vida em risco, bem como a integridade física ou mental do consumidor. Nesse sentido, é necessário que sejam utilizados todos os meios possíveis para a diminuição da existência de elementos lesivos.

Ademais, tratando-se de produtos industrializados, é dever do fornecedor disponibilizar, no próprio produto, informações acerca de sua composição e modo de usá-lo.

Falaremos mais acerca da periculosidade e nocividade dos produtos no tópico seguinte (5), quando estudarmos os *Direitos Básicos dos Consumidores*.

Por fim, havendo lesão em virtude da utilização de serviço ou produto, caberá ao fornecedor a reparação integral do dano.

4.4. Princípio da Proteção dos Interesses Econômicos

Cabe ao fornecedor criar produtos que atendam aos propósitos do consumidor, da mesma forma que o consumidor somente deve adquirir aquilo que lhe é útil, não prejudicando, da mesma forma, o fornecedor.

É em decorrência disso que não se permite, por exemplo, que seja colocado preço elevado em produto cuja demanda é igualmente alta, devendo se prezar pelo bom funcionamento do mercado.

4.5. Princípio da Melhoria da Qualidade de Vida

Diretamente ligados aos *princípios da saúde e segurança*, estipula que os produtos não somente devem se abster de prejudicar os consumidores, mas devem visar agregar-lhes qualidade de vida.

4.6. Princípio da Transparência

Muito se relaciona ao *Princípio da Boa-Fé Objetiva*, no sentido de que exige às partes que a relação de consumo seja executada de forma transparente, de modo que ambos (fornecedor e consumidor) tenham ciência acerca dos elementos que a compõem e a forma como se procede.

4.7. Princípio da Harmonia nas Relações de Consumo

Previsto no art. 4º, III, acima transcrito, o referido princípio apresenta dois principais objetivos, quais sejam: (i) compatibilizar os interesses dos participantes das relações de consumo e (ii) compatibilizar a proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico.

Significa fazer que o Código de Defesa do Consumidor visou, primeiramente, não dar vantagens aos consumidores em detrimento dos fornecedores, mas harmonizar/equilibrar a relação de consumo, de modo que ela se torne equânime.

Tanto o é que não tem por fim a legislação consumerista, retardar os avanços tecnológico e científicos em proteção aos consumidores. Pelo contrário, o desafio é no sentido de criar diretrizes que buscam beneficiar ambas as partes, harmonizando a relação, e, ao mesmo tempo, permitir o avanço do mercado.

4.8. Princípio da Vulnerabilidade e da Hipossuficiência

Já comentamos acerca desses *princípios* quando da explicação do termo *consumidor* (vide tópico 3.2, supra, especificamente quanto ao item *destinatário final*).

4.9. Princípio da Educação e da Informação

Tem disposição no art. 4º, IV, do CDC. Afirma o princípio que é necessário sejam desenvolvidas atividades educacionais no sentido de educar fornecedores e consumidores acerca de seus direitos e deveres perante a relação de consumo.

A doutrina afirma que não somente deveria ocorrer a educação informal – através de material informativo, cartilhas e outros instrumentos informativos –, mas também a educação formal, lecionada nas escolas propriamente ditas, de modo que os cidadãos tivessem contato com os elementos que compõem relação de consumo desde cedo.

4.10. Princípio do Equilíbrio das Prestações

Está diretamente ligado aos *Princípios da pacta sunt servanda* e *rebus sic stantibus* do Direito Civil. Uma vez que o contrato estiver feito entre as partes, principalmente quando o pagamento se der a prazo, é necessário que as parcelas sejam proporcionais. Havendo qualquer alteração que prejudique o consumidor, faz-se possível o ajuizamento de *ação revisional*.

4.11. Princípio da Boa-Fé Objetiva

O *Princípio da Boa-Fé Objetiva*, princípio basilar das relações contratuais, como já vimos em outros resumos, já foi explicado por nós como sendo a junção da *boa-fé subjetiva* (acreditar a própria pessoa estar agindo com boa-fé) e *probidade* (estar de fato agindo com boa-fé).

Nos moldes da legislação consumerista, entende estar agindo com boa-fé aquele que executa os denominados *deveres anexos/laterais/secundários*, consubstanciados na *informação, cooperação e proteção* em meio à relação de consumo.

Nesse sentido, explica Fabrício Bolzan:

No tocando ao dever de informar, cumpre ressaltar que não basta oferecer informações sobre o conteúdo, qualidades, características, modo de utilização do produto ou do serviço, se tais informações não forem inteligíveis. De fato, estamos nos referindo aqui a “um dever de informar qualificado, uma vez que não exige simplesmente o cumprimento formal do oferecimento de informações, senão o dever substancial de que estas sejam efetivamente compreendidas pelo consumidor.

[...]

O dever de cooperação muito bem representa a boa-fé objetiva e, mais do que isso, concretiza a harmonia nas relações jurídicas de consumo. Fornecedor que coopera com o consumidor, por exemplo, no momento do pagamento de um carnê de venda financiada, sem lhe impor óbices como a fixação de local e hora para o seu adimplemento na medida em que a dívida pode ser paga em qualquer estabelecimento bancário, age com a boa-fé esperada pelo Código de Defesa do Consumidor.

Por fim, “no que se refere aos deveres de proteção e cuidado com *relação à pessoa e ao patrimônio de outra parte*, o CDC igualmente prevê este efeito decorrente do princípio da boa-fé ao consagrar os direitos do consumidor a saúde e segurança, e ao estabelecer, em consequência, o dever do fornecedor de respeitá-los (arts. 8º a 10 do CDC)”.

4.12. Princípio da Interpretação Mais Favorável

Havendo conflito de normas ou cláusulas diante da relação de consumo, aplicar-se-á a norma mais favorável ao consumidor. Ex.: nulidade de cláusula que determina o foro de eleição, podendo o juiz reconhecê-la de ofício por se tratar de competência territorial relativa.

4.13. Princípio do Adimplemento Substancial

Tal princípio tem por fim beneficiar os consumidores que venham a quitar a maior parte dos contratos que firmarem sob a proteção do CDC.

Por exemplo, sendo um serviço ou produto pago em várias parcelas, tendo ocorrido a quitação da maior parte delas não poderá o fornecedor, diante do inadimplemento, rescindi-lo.

A porcentagem de quitação deverá ser analisada caso a caso pelo magistrado.

4.14. Princípio do *venire contra factum proprium*

O doutrinador Aldemiro Rezende Dantas Júnior sintetiza o teor deste brocardo:

A expressão *venire contra factum proprium* poderia ser vertida para o vernáculo em tradução que se apresentaria em algo do tipo “vir contra seus próprios atos” ou “comportar-se contra seus próprios atos”, pode ser apontada, em uma primeira aproximação, como sendo abrangente das hipóteses nas quais uma mesma pessoa, em momentos distintos, adota dois comportamentos, sendo que o segundo deles surpreende o outro sujeito, por ser completamente diferente daquilo que se poderia razoavelmente esperar, em virtude do primeiro.

Trata-se de princípio que veda, portanto, que qualquer das partes, tendo agido inicialmente conforme o pactuado, passe a agir em desconformidade com o esperado, surpreendendo e prejudicando a parte contrária.

É, basicamente, a correspondência do brocardo *nemo auditur propriam turpitudinem allegans*, ou seja, ninguém pode se beneficiar da própria torpeza, aplicado ao Direito Penal.

4.15. Princípio da Conservação do Contrato

Entende-se pela correspondência do *Princípio do pacta sunt servanda*, segundo o qual os moldes pelos quais a relação é pactuada devem ser respeitados e preservados pelas partes, somente sendo possível a sua alteração através da *teoria da imprevisão*, regida pelo brocardo *rebus sic stantibus*.

4.16. Princípio do Acesso à Justiça

Visa facilitar aos consumidores o acesso à justiça e a reclamação de seus direitos, cabendo-lhes, inclusive, a inversão do ônus da prova.

Para tanto, o art. 5º prevê uma série de instrumentos segundo os quais será conferido o acesso à justiça aos consumidores.

5. Direitos Básicos do Consumidor

5.1. Introdução

Trata-se de rol exemplificativo que elenca os *Direitos Básicos do Consumidor*, tendo relação direta com a *Política Nacional de Relações de Consumo*, explicada no tópico anterior.

É a disposição do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 6º do Código de Defesa do Consumidor. São direitos básicos do consumidor:

I – a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II – a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V – a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII – o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII – a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX – (Vetado);

X – a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do **caput** deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento.

5.2. Proteção da vida, saúde e segurança

Estabelecido no art. 6º, I, do CDC, visa assegurar aos consumidores a proteção contra a nocividade e possíveis lesões que decorram da utilização dos produtos ou serviços fornecidos na relação de consumo.

Os arts. 8º, 9º e 10 do Código de Defesa do Consumidor elencam as medidas que devem ser tomadas quanto à nocividade e lesividade:

Art. 8º do Código de Defesa do Consumidor. Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

§1º. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

§2º. O fornecedor deverá higienizar os equipamentos e utensílios utilizados no fornecimento de produtos ou serviços, ou colocados à disposição do consumidor, e informar, de maneira ostensiva e adequada, quando for o caso, sobre o risco de contaminação.

Art. 9º do Código de Defesa do Consumidor. O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Art. 10 do Código de Defesa do Consumidor. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§1º. O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§2º. Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§3º. Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

Diante de tais artigos, é possível que dividamos os produtos e serviços quanto à periculosidade em três espécies diferentes:

(i) **Periculosidade inerente** - trata-se da periculosidade conhecida/esperada em decorrência da natureza do produto, de modo que não é possível separar o produto ou serviço do elemento nocivo, ou seja, trata-se de periculosidade atrelada à natureza do produto. Ex.: faca, fogos de artifício etc.

(ii) ***Periculosidade adquirida*** – é a periculosidade anormal/imprevisível/inesperada. Esse perigo anormal decorre de problemas de produto ou no serviço, isto é, são defeitos. A periculosidade, nesse caso, não está atrelada ao produto ou serviço em si, mas ao defeito que apresenta. Ex.: eletroeletrônicos superaquecendo.

(iii) ***Periculosidade exagerada*** – é semelhante à inerente, mas com ela não se confunde. Em que pese a semelhança, o grau de periculosidade é tal modo que proíbe a comercialização do produto ou do serviço.

A proteção é tamanha que há punições em todos os âmbitos, seja no civil, através da aplicação da *responsabilidade objetiva*¹, seja no administrativo², com penas de apreensão, inutilização, proibição de fabricação, suspensão de fornecimento, cassação do registro, dentre outros, e no penal, conforme a disposição dos arts. 63 a 66 e 68 do CDC.

5.3. Educação, divulgação, liberdade de escolha e igualdade nas contratações

Segundo a parte majoritária da doutrina, diz respeito principalmente aos pré-contratos e às práticas comerciais abusivas. Reconhece que atualmente é comum a utilização de *marketing agressivo* que acaba apelando ao público na divulgação de seus produtos e serviços, ocasião em que é possível sejam cometidos excessos.

Desta forma, o princípio aqui estudado visa garantir e manter a liberdade de escolha dos consumidores, exigindo que os produtos lhes sejam anunciados como de fato são.

Além disso, a liberdade de escolha diz respeito à vedação da *venda casada*, ocasião na qual se exige a compra ou contratação de mais de um serviço, sem que haja a opção de contratação ou compra individual.

Segundo Fabrício Bolzan, que defende a posição minoritária da doutrina, afirma ser o raciocínio simples:

Em nossa visão, está muito clara a conexão existente entre cada um dos direitos pontuados no inciso II do art. 6º do Código do Consumidor, isto é, a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços assegurarão a liberdade mínima de escolha ao consumidor e, conseqüentemente, estará concretizada a igualdade nas contratações realizadas no mercado de consumo.

¹ **Art. 12, caput, do Código de Defesa do Consumidor.** O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela relação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

² **Art. 58 do Código de Defesa do Consumidor.** As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro de produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

5.4. Informação adequada e clara

Conforme estabelece o art. 6º, III, do CDC, o direito à informação adequada e clara nos remete a vários outros princípios e direitos básicos previstos na legislação consumerista.

À princípio, não se trata apenas de um direito básico dos consumidores, mas um dever dos fornecedores, haja vista serem considerados os *experts*, detentores do monopólio da sabedoria sobre o produto ou serviço que prestam. Deste modo, seria sua incumbência informar os consumidores de forma adequada e clara, de modo que possam alcançar o denominado *consentimento informado*, dando-lhes capacidade de escolha consciente acerca da finalidade e utilidade dos produtos/serviços que contrata.

Importante ressaltar, como o faz a doutrina, que o direito à informação não somente se resume ao art. 6º, III, marcando presença em vários outros dispositivos. Vejamos: (i) arts. 8º a 10 – *informações sobre a nocividade e periculosidade*; (ii) arts. 12 e 14 – *defeitos na informação*; (iii) arts. 18 e 19 – *vícios na informação*; (iv) arts. 30 e 35 – *informação na oferta*; (v) arts. 36 e 37 – *informação na publicidade*; (vi) art. 46 – *informação e transparência contratual*; e (vii) art. 51 – *informação e cláusulas abusivas*.

Por fim, interessante o comentário de que, em que pese a existência do referido direito, são raros os produtos ou serviços em que são discriminados os tributos que incidem no valor final

5.5. Proteção contra as práticas comerciais e contratuais abusivas

Segundo determinação do inc. IV do artigo 6º (anteriormente transcrito), deve vigorar, sempre, a boa-fé e a transparência nos contratos de consumo. Em que pese a Constituição destacar, em seu art. 170, IV³, o *Princípio da Livre Concorrência*, é necessário lembrarmos que se põe em desfavor dele a *Relação de Consumo*. Significa dizer que o fato de a Constituição Federal prever a possibilidade da utilização de meios para se destacar no mercado, vencendo a concorrência, o constituinte não deu carta branca para que o fornecedor se utilize de quaisquer práticas para alcançar a superioridade de mercado.

O Código de Defesa do Consumidor, precisamente no inciso ora estudado, veda algumas práticas, quais sejam, a *publicidade enganosa e abusiva*, os *métodos comerciais coercitivos ou desleais* e as *práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos*, todas elas por nós estudadas no decorrer deste resumo.

³ **Art. 170 da Constituição Federal.** 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 seguintes princípios:

[...]

IV – livre concorrência;

V – defesa do consumidor.

Por fim, interessante comentarmos que a doutrina faz ligação direta entre esta regra e o *abuso de direito* presente na legislação civilista. Afirmam que ainda que o fornecedor tenha o direito de utilizar dos meios necessários para se destacar não pode, como dissemos, extrapolá-lo, devendo observar os limites que a lei o impõe. Nesse sentido, é a redação do art. 187 do Código Civil:

Art. 180 do Código Civil. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

5.6. Modificação e revisão como formas de preservação (implícita) do contrato de consumo

Previsto no inc. V do art. 6º, o referido *Direito Básico do Consumidor* tem por finalidade a preservação contratual. Ao consumidor, parte *hipossuficiente* da relação de consumo, é dada tutela efetiva, de modo a lhe conferir o direito de, deparando-se com cláusulas desproporcionais, proceder a modificação ou revisão do contrato.

Interessante ressaltar que o direito de modificação contratual no Código de Defesa do Consumidor é diverso do presente no Código Civil. Nesse caso, a revisão contratual por desproporcionalidade somente ocorrerá por meio da constatação da existência de elemento *subjetivo*, qual seja, a existência de *defeitos no negócio jurídico*, consubstanciados pela *lesão, estado de perigo, erro e dolo*. Aqui, porém, a revisão do contrato de consumo somente requer seja indicada a desproporcionalidade, não se atentando a critérios *subjetivos*, mas meramente *objetivos*.

É o comentário de Fabrício Bolzan de Almeida:

Em todos os casos previstos no Código Civil, o elemento subjetivo está presente como requisito caracterizador da quebra do equilíbrio do negócio jurídico.

Tal requisito é dispensável pelo CDC, e a demonstração da necessidade ou não de se modificar um contrato desproporcional dar-se-á pelo enfoque exclusivamente objetivo do negócio, ou seja, deparando-se o consumidor com uma cláusula desproporcional, o contrato poderá ser modificado independentemente de se analisarem aspectos internos dos sujeitos de direito, como ocorre na *lesão, estado de perigo, dolo ou erro*.

Quanto ao direito de revisão, apesar da divergência doutrinária, a maioria entende não haver a presença da *teoria da imprevisão (rebus sic stantibus)* no Código de Defesa do Consumidor, não sendo necessário que o fato superveniente causador da desproporção seja imprevisível ao tempo da conclusão do contrato, bastando a ocorrência do referido fato ensejador da alteração do equilíbrio contratual.

Conclui-se, portanto, que o Código de Defesa do Consumidor preferiu a adoção de critérios meramente objetivos para que fosse possível a reclamação de modificação ou revisão contratual, bastando, respectivamente, a identificação da desproporção ou do fato superveniente causador da desproporção.

5.7. Efetiva prevenção e reparação de danos materiais e morais

Diretamente ligado ao *Princípio da Reparação Integral do Dano*, o referido direito, previsto no inc. VI do art. 6º do CDC, é dividido em dois elementos distintos. A redação específica que é garantido ao consumidor a *prevenção e reparação* de danos sofridos.

Primeiramente, convém informarmos que em virtude do caráter transindividual do Direito do Consumidor, a proteção e reparação devem ser integrais, abrangendo *danos patrimoniais, morais, individuais, coletivos e difusos*.

Quando se diz *prevenção de danos*, incumbe ao fornecedor a identificação, como vimos quando do estudo do *direito de proteção da vida, saúde e segurança* (tópico 5.2.), da nocividade e periculosidade dos produtos e serviços, enquanto cabe ao Estado a efetiva fiscalização do cumprimento de tais normas.

Havendo dano, o inciso estudado determina seja indenizado em sua integralidade, de modo que não haja qualquer tipo de desconto na indenização. Por esse motivo, inclusive, são vedadas as cláusulas cujo conteúdo intenta a supressão de direito indenizatório no caso de lesão. É o que determinam os arts. 25 e 51 do CDC:

Art. 25, caput, do Código de Defesa do Consumidor. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenuie a obrigação de indenizar prevista neste e nas seções anteriores.

Art. 51 do Código de Defesa do Consumidor. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

I – impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis.

[...]

5.8. Acesso à justiça

Disposto no inciso VII do art. 6º, o referido direito está diretamente ligado ao já explicado *Princípio do Acesso à Justiça* e tem por finalidade fazer com que seja facilitado aos consumidores, parte hipossuficiente da relação de consumo, a reclamação de possíveis violações ao CDC perante o Poder Judiciário e, inclusive, as vias administrativas de agências reguladoras que atuam na área, como os PROCONS.

5.9. Inversão do ônus da prova

O inciso VIII dispõe acerca do principal elemento da facilitação da defesa do consumidor perante o juízo, pois lhe confere o direito de ter o ônus da prova invertido. Significa dizer que as alegações que fizer deverão ser refutadas a partir de provas produzidas pela parte contrária, o fornecedor.

Para tanto, contudo, é necessário que o juiz identifique a existência de um dos dois elementos a seguir dispostos. Vejamos:

(i) **Verossimilhança das alegações do consumidor** – ocorre quando os fatos alegados pelo consumidor se mostrem condizentes/plausíveis com a realidade;

(ii) **Hipossuficiência do consumidor** – elemento, como vimos anteriormente, de presunção relativa (*iuris tantum*), comportando prova em contrário.

Importante ressaltar que a inversão do ônus não é regra, porquanto vigora o disposto no art. 373 do Código de Processo Civil, segundo o qual:

Art. 373 do Código de Processo Civil. O ônus da prova incumbe:

I – ao autor, quanto ao fato constitutivo do seu direito;

II – ao réu, quanto à existência de fato impeditivo, modificativo ou extintivo do direito do autor.

Não sendo obrigatório, é necessário que o magistrado, através de sua experiência, conforme determina o inciso, decida pela sua aplicação ou não. Trata-se da denominada decisão *ope judicis*.

De outra mão, é possível que a inversão se dê de forma obrigatório, em virtude de disposição legal nesse sentido (*ope legis*). Nesse sentido, são exemplos os seguintes artigos:

Art. 12, §3º, do Código de Defesa do Consumidor. O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

I – que não colocou o produto no mercado;

II – que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexistiu;

III – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

[...]

Art. 14, §3º, do Código de Defesa do Consumidor. O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I – que, tendo prestado o serviço, o defeito inexistiu;

II – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

[...]

Art. 38 do Código de Defesa do Consumidor. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

5.10. Recebimento de serviços públicos adequados e eficazes

Por fim, o inc. X revela o último dos *Direitos Básicos do Consumidor* dispostos no art. 6º do CDC.

O referido *Direito* diz respeito aos já explicados serviços *uti singuli*, referentes aos serviços públicos prestados de forma individualizada, como a concessão de energia elétrica, água, saneamento básico etc.

Nesses casos, como dissemos, incidirá a legislação consumerista, devendo a Administração Pública prezar pela eficácia dos serviços por ela prestados, levando em conta os *Princípio Administrativos*.

Dispõe o art. 22 do CDC:

Art. 22 do Código de Defesa do Consumidor. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista neste código.

5.11. Último comentário

Para finalizar o estudo dos *Direitos Básicos do Consumidor*, convém informarmos que o rol anteriormente explicado é exemplificativo, porquanto o Código de Defesa do Consumidor não exclui a inclusão e a consideração de outros direitos que possam vir a se colocar a favor dos consumidores.

Nesse sentido, inclusive, é o texto do art. 7º do CDC:

Art. 7º do Código de Defesa do Consumidor. 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.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

Capítulo 2 – Aspectos Gerais do Código de Defesa do Consumidor

1. Da Responsabilidade

1.1. Introdução

Como dissemos desde o início deste resumo, a relação de consumo é formada por duas partes, sendo o consumidor, uma delas, hipossuficiente em relação ao fornecedor, a segunda parte.

Tendo em vista a desigualdade que paira sobre a referida relação, o Código de Defesa do Consumidor, por meio de alguns mecanismos, alguns deles já por nós estudados, inclusive, visa aumentar a proteção dada aos consumidores no que se refere à possíveis ou a danos efetivamente sofridos.

De acordo com o estudo do *Direito Básico do Consumidor* referente à *efetiva prevenção e reparação de danos materiais e morais*, o CDC garante ao consumidor dois momentos de proteção amplos, a *prevenção* do dano e a *reparação* do dano.

Diante da *prevenção*, incumbe aos fornecedores aderir a todos os meios estabelecidos na lei para evitar sejam causados danos. Dentre os meios, podemos citar a necessidade de especificação das informações atinentes aos produtos, a identificação e classificação de periculosidade e nocividade etc. Cabendo ao Estado a fiscalização efetiva dessas práticas, coibindo e punindo ações desprovidas de legalidade.

Ocorrido o dano, por outro lado, não poderia o consumidor ser obrigado a identificar e comprovar a culpa ou dolo do fornecedor, porquanto, como dissemos, é a parte hipossuficiente, de modo que poderia não dispor de meios suficientes para tanto. Em virtude do exposto, o legislador se ateve a criar mecanismo mais benéfico ao consumidor, indicando que o simples fato de o fornecedor *fornecer produtos e serviços* é suficiente para que seja criado risco ao consumidor, ou seja, adotou o legislador a chamada *responsabilidade objetiva*, de modo que a mera ocorrência de dano é suficiente para que o fornecedor seja responsabilizado, surgindo o *dever de reparação*, não sendo necessário que o consumidor comprove qualquer elemento *subjetivo*.

Conforme consta do estudo da *responsabilidade objetiva* no resumo de Direito Civil, a sua configuração não necessita da comprovação de culpa ou dolo, porquanto

o risco é atinente à atividade exercida pelo lesante. Contudo, outros elementos devem ser comprovados⁴, quais sejam:

- (i) **Defeito ou vício do produto ou serviço;**
- (ii) **Evento danoso;**
- (iii) **Nexo causal entre o dano e o defeito/vício.**

Para que entendamos a responsabilidade em sua integralidade, convém que passemos a estudar com maior profundidade os elementos denominados *defeito e vício*.

Pois bem.

1.2. Defeito e vício

Por primeiro, conceituemos tais elementos. Em que pese a divergência doutrinária, o entendimento mais adequado é no sentido de que:

(i) **Vício** – apresenta problema atinente ao produto ou serviço em si, de modo a lhes retirar a usabilidade ou aplicabilidade ou diminuindo-lhes o valor. Significa dizer, portanto, que é o problema diretamente relacionado ao produto, não o extrapolando. Definem os arts. 18 e 19 do CDC:

Art. 18, caput, do Código de Defesa do Consumidor. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

[...]

Art. 19, caput, do Código de Defesa do Consumidor. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária...

(ii) **Defeito** – trata-se, por outro lado, de problema de maior envergadura, porquanto atinge a segurança do produto ou serviço, de modo a trazer risco direto ao consumidor. Nesse sentido determinam os arts. 12, §1º, e 14, §1º, do CDC:

Art. 12, §1º, do Código de Defesa do Consumidor. O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

⁴ **Art. 927, parágrafo único, do Código Civil.** Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

- I – sua apresentação;
 - II – o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
 - III – a época em que foi colocado em circulação.
- [...]

Art. 14, §1º, do Código de Defesa do Consumidor. O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I – o modo de seu fornecimento;
- II – o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III – a época em que foi fornecido.

1.3. Responsabilidade por defeito

Como dito anteriormente, o *defeito* é o problema ligado ao produto de tamanha envergadura que o extrapola, atingindo a pessoa do consumidor. Tecnicamente, a essa situação, dá-se o nome de *responsabilidade pelo fato*.

Nessa senda, é o comentário de Fabrício Bolzan de Almeida:

No tocante à responsabilidade pelo fato do produto e do serviço, as atenções estão centradas basicamente na incolumidade física e psicológica do consumidor. Tal assertiva busca amparo no fato de que a expressão “fato do produto ou do serviço” refere-se a acidente de consumo decorrente de um produto ou de um serviço defeituoso.

Assim, na mesma linha do exemplo acima pontuado, aquele que compra um *Tablet* que explode em seu rosto ao ser ligado sofre um acidente de consumo em razão de um produto defeituoso. Nessa modalidade, a preocupação está mais voltada para a segurança do consumidor.

1.3.1. Responsabilidade por defeito no produto

1.3.1.1. Quem será responsabilizado?

A responsabilização dos fornecedores é assim estampada no CDC:

Art. 12, caput, do Código de Defesa do Consumidor. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

De início, é importante notarmos que o legislador especificou a quem o dispositivo atingirá, de modo que a sua responsabilização deverá se dar de forma individualizada, não havendo qualquer empecilho à aplicação da responsabilização solidária de todos eles. Serão atingidos, portanto, o *fabricante*, o *produtor*, o *construtor* e o *importador*.

Pergunta-se: e quanto ao comerciante? É possível seja responsabilizado, principalmente quando o defeito é por ele conhecido ou por ele causado, não havendo qualquer meio que permita aos consumidores conhecê-lo (produto anônimo ou com informações precárias), ou seja, será responsabilizado diante de *defeito na apresentação, informação insuficiente ou inadequada, inclusive a publicidade* ou quando der causa ao defeito.

É a disciplina da lei:

Art. 13 do Código de Defesa do Consumidor. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

I – o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;

II – o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;

III – não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Notemos que os dois primeiros elementos transcritos dão ao comerciante responsabilidade subsidiária, porquanto somente lhe atingirá diante da impossibilidade de identificação dos fabricantes. A doutrina denomina esses casos, respectivamente, como *produto anônimo* e *com informação insuficiente*. O terceiro caso, porém, origina-se da ação direta do comerciante, principalmente no que diz respeito aos produtos perecíveis. Isso não exime, como veremos, a responsabilidade do fabricante, podendo o consumidor lesado ingressar com ação indenizatória contra o fabricante, que terá direito de regresso contra o comerciante, nos termos do parágrafo único do referido artigo.

Trata-se de rol taxativo, não sendo possível a interpretação extensiva ou análoga.

Aqui, surge uma segunda pergunta: *é vedada a comercialização de produtos perigosos?* Como vimos anteriormente, não há o que se falar em vedação da comercialização de produtos considerados perigosos. Para tanto, contudo, é necessário sejam respeitados os elementos contidos nos arts. 8º a 10 do CDC (vide tópico 5.2, supra).

1.3.1.2. Quando o produto será defeituoso?

De acordo com o conceito dado pelo CDC, é necessário seja o produto analisado sob a ótica de alguns elementos para que seja constatado ou não o defeito a ele atinente. São os elementos:

(i) **Sua apresentação** – conforme já explicado, é necessário que os produtos sejam precedidos de informações claras e suficientes, de modo que ao consumidor

seja possível a identificação dos elementos componentes e formadores dos produtos ou serviços, evitando a ocorrência de *acidentes de consumo*.

A insuficiência de tais informações, levando aos referidos *acidentes*, fazem com que o elemento *defeito* seja ligado do produto ou serviço que o causou.

(ii) **Uso e riscos que razoavelmente dele se esperam** – aqui, analisa-se o perigo ou nocividade que se espera do produto. Seguindo o exemplo anteriormente dado, não é possível que um *Tablet* seja classificado com a mesma periculosidade que uma faca, porquanto não se espera que seja capaz de causar dano ao consumidor se comparado a esse;

(iii) **Época em que foi colocado em circulação** – por fim, entender-se-á por *defeituoso* o produto a partir da análise da época em que foi colocado em circulação. Diz a doutrina:

O último exemplo leva em consideração a época em que o produto foi colocado em circulação, isto é, se era possível prever a essa época os riscos que o bem de consumo poderia causar no mercado de consumo.

Trata-se da análise dos riscos do desenvolvimento [...].

Afirma, inclusive, o art. 10, §1º, do CDC:

Art. 10, §1º, do Código de Defesa do Consumidor. O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

Importante comentar, ainda, que o fato de existirem produtos ou serviços de melhor qualidade no mercado não enseja sejam os produtos de pior qualidade considerados *defeituosos*, desde que atendam aos padrões de qualidade exigidos em lei.

O referido fato, inclusive, é capaz de permitir que o mercado englobe diversas espécies de produtos e serviços, de modo a atingir o maior número de consumidores possíveis.

É a determinação do art. 12, §2º, do CDC:

Art. 12, §2º, do Código de Defesa do Consumidor. O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

1.3.1.3. Excludentes de responsabilidade

Constatado o defeito, apesar de a *responsabilidade* dos fornecedores ser considerada *objetiva*, há situações nas quais não serão responsabilizados. Tratam-se, portanto, das excludentes de responsabilidade. Vejamos:

Art. 12, §3º, do Código de Defesa do Consumidor. O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

- I – que não colocou o produto no mercado;
- II – que, embora haja colocado produto no mercado, o defeito inexiste;
- III – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Quanto ao último dos elementos, convém que façamos alguns comentários. Primeiramente, insta informar que o dispositivo é claro no sentido de exigir a *exclusividade* da culpa de terceiro. Significa dizer, portanto, que não basta a concorrência de culpa, ocasião na qual a responsabilidade é apenas atenuada, mas não desaparece.

Além disso, é necessário estabelecermos que com *terceiro* o legislador quis incluir qualquer um que não esteja incluído na linha de fornecimento do produto. Tendo isso em mente, não é possível, por exemplo, que o fabricante indique ausência de responsabilidade, acusando a culpa exclusiva do comerciante.

Interessante notar, ainda, que a comprovação dos casos acima elencados são todos ônus do fornecedor. Trata-se, portanto, de exceção à regra, havendo a inversão *ope legis* do ônus da prova, conforme explicamos no tópico 5.9, supra.

1.3.2. Responsabilidade por defeito no serviço

1.3.2.1. Quando um serviço será defeituoso?

É o que determina o art. 14, *caput*, do CDC:

Art. 14, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Aqui, diferentemente da definição de defeito no produto, não se ateu o legislador a especificar os entes fornecedores, porquanto somente indicou-os genericamente.

Nesse caso, a definição de *defeito* sofre uma pequena alteração, mais precisamente em relação ao primeiro elemento analisado para a sua configuração. Define, então, o art. 14, §1º, do CDC:

Art. 14, §1º, do Código de Defesa do Consumidor. O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I – o modo de seu fornecimento;
- II – o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III – a época em que foi fornecido.

Como dito, somente há alteração quanto ao primeiro elemento analisado. Aqui, não mais se analisa a forma como é apresentado, porquanto não se trata de produto, mas a forma como é fornecido propriamente, pois nesse caso estamos nos referindo a serviços.

Igualmente ao caso *defeito* no produto, o legislador se ateu à inovação, prescrevendo que o fato de o fornecedor alterar a técnica pela qual um determinado serviço é prestado não faz com que o mesmo seja considerado defeituoso, desde que alcance o resultado prometido e esperado pelo consumidor. Aduz o §2º:

Art. 14, §2º, do Código de Defesa do Consumidor. O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

1.3.2.2. Excludentes de responsabilidade

É o teor do §3º:

Art. 14, §3º, do Código de Defesa do Consumidor. O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I – que, tendo prestado o serviço, o defeito inexistiu;

II – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Além desses dois elementos, também será considerado excludente de ilicitude, conforme entendimento da jurisprudência, o *fato fortuito* e *força maior*.

Novamente, trata-se de exceção à regra do ônus probatório, porquanto, *ope legis*, a inversão do ônus da prova é obrigatória.

Por fim, importante mencionar que o rol acima transcrito é exemplificativo, permitindo-lhe seja aplicada interpretação extensiva.

1.3.2.3. Responsabilização do profissional liberal

Pra finalizarmos o estudo do *defeito*, convém nos atermos ao disposto no art. 14, §4º, do CDC:

Art. 14, §4º, do Código de Defesa do Consumidor. A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Como dissemos quando do início do estudo da responsabilidade dos fornecedores, vigora como regra a *objetividade da responsabilização*, não se exigindo do consumidor a comprovação do *elemento culpa/dolo*.

Aqui, portanto, trata-se de exceção à regra, porquanto a *responsabilização* dos fornecedores profissionais liberais está condicionada à comprovação do *elemento subjetivo*.

A doutrina defende que tal entendimento é fixado em virtude das características do emprego de atividade liberal, quais sejam: *natureza pessoal da prestação do serviço, tratar-se de atividade meio, ser um serviço diferenciado em comparação com os demais oferecidos no mercado*.

Nesse sentido, exemplifica Fabrício Bolzan de Almeida:

De fato, há um caráter personalíssimo (*intuitu personae*) na relação existente, por exemplo, entre paciente e médico. Isto significa identificar o requisito da fidúcia – confiança – neste tipo de relação.

Ademais, a atividade do profissional liberal desempenhada é, em regra, uma atividade de meio, em que o profissional compromete-se a empregar todo o seu conhecimento e todas as técnicas existentes para atingir o resultado pretendido, mas não há obrigatoriedade de atingi-lo, pois sua atividade não é preponderantemente de resultado.

Assim, o médico se compromete a tentar salvar um paciente com câncer, entretanto não poderá assegurar que seus serviços médicos levarão o enfermo à cura. [...]

Por fim, no tocante às razões fundamentadoras do tratamento diferenciado concedido ao profissional liberal, não poderíamos deixar de citar uma decorrência da natureza *intuitu personae* da atividade desempenhada quando comparada com os demais serviços disponibilizados no mercado de consumo.

O profissional liberal desenvolve uma atividade personalizada, isto é, nenhum paciente é igual ao outro, por meio que a doença seja mundialmente reconhecida. Tal situação exige, a depender das características do enfermo, um tratamento personalíssimo a ser estudado caso a caso. Tal contexto reflete inclusive o momento da contratação.

1.4. Responsabilidade por vício

No caso da *responsabilidade pelo vício*, o raciocínio é diverso do acima explicado. Conforme explanamos quando da introdução do estudo de *defeito e vício*, dissemos que o vício configura problema de menor envergadura, pois atinge, em suma, o próprio produto ou serviço, não o extrapolando.

Nesse sentido, diferentemente do defendido diante de *defeito*, busca-se proteger a *incolumidade econômica* do consumidor em virtude da compra de um produto ou serviço que não lhe satisfaz a necessidade por conta da existência de empecilho à sua regular utilização.

Aduz Fabrício Bolzan de Almeida:

Já em relação à responsabilidade por vício do produto e do serviço, o foco de proteção direciona-se mais para a incolumidade econômica. De fato, quando o *Tablet* adquirido não liga, configurada está a inadequação do produto aos fins a que se destina.

1.4.1. Responsabilidade por vício no produto

1.4.1.1. Conceito

Determina o art. 18 do CDC:

Art. 18, caput, do Código de Defesa do Consumidor. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao

consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

A leitura atenta do artigo acima transcrito nos faz perceber a existência de duas espécies de *vício no produto*, quais sejam:

(i) ***Vício de qualidade do produto*** – o artigo enuncia o problema que faz com que o produto fique *impróprio ao consumo*, seja *inadequado ao consumo*, *diminua o seu valor* ou *esteja em desacordo com as informações da oferta*.

Quanto ao fato de deixá-lo impróprio, define o §6º:

Art. 18, §6º, do Código de Defesa do Consumidor. São impróprios ao uso e consumo:

I – os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II – os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

III – os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

(ii) ***Vício de quantidade do produto*** – aqui, importante pontuarmos a ressalva que a legislação faz às *variações decorrentes da natureza do produto*.

1.4.1.2. Vícios de qualidade

A partir do enunciado no artigo ora transcrito, devemos notar que não há a especificação de quem se entende por fornecedor. Por esse motivo, é possível seja a indenização reclamada contra qualquer dos fornecedores componentes da cadeia de fornecedores, responsabilizando-se solidariamente.

Conforme especifica o artigo acima transcrito, havendo vício no produto, deverá o consumidor requerer sejam as partes viciadas substituídas, devendo o fornecedor fazê-la, em regra, em até 30 dias corridos (prazo material).

O Código, porém, garante às partes a possibilidade de negociarem o prazo para sanar o vício, conforme determina o §2º:

Art. 18, §2º, do Código de Defesa do Consumidor. Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

Havendo a solução do problema, não pode o consumidor se recusar a aceitá-lo. Por outro lado, não sendo sanado o vício no prazo especificado em lei ou acordado pelas partes, garante o CDC ao consumidor algumas opções:

Art. 18, §1º, do Código de Defesa do Consumidor. Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I – a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III – o abatimento proporcional do preço.

Trata-se, como visto de rol não consecutivo, podendo o consumidor escolher qualquer das alternativas. Vejamos cada uma delas:

(i) **Substituição por outro da mesma espécie** – é possível que em determinadas situações o fornecedor não possua, de imediato, o exato modelo que apresenta vício. Nesse sentido, permitiu o legislador que o produto viciado fosse substituído por um diverso, havendo a compensação quanto ao preço, se houver divergência. Vejamos:

Art. 18, §4º, do Código de Defesa do Consumidor. Tendo o consumidor optado pela alternativa inciso I do §1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do §1º deste artigo.

(ii) **Restituição da quantia paga** – aqui, devolve-se ao consumidor o valor que despendeu na aquisição do produto viciado, devendo ser devidamente corrigido monetariamente;

(iii) **Abatimento proporcional do preço** – aqui, restitui-se ao consumidor a quantia referente ao valor do conserto do vício, permanecendo ele com o produto viciado.

Em que pese a legislação apresentar como primeira alternativa seja o produto encaminhado ao fornecedor para a devida correção do vício, há situações em que não é necessário esperar o término do prazo. Nesse sentido, é a disposição do §3º:

Art. 18, §3º, do Código de Defesa do Consumidor. O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do §1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

Para finalizar, em se tratando de vício em produto *in natura*, a responsabilização recairá sobre o fornecedor imediato, salvo nos casos em que seja possível a identificação de seu produtor. É o que determina o §5º:

Art. 18, §5º, do Código de Defesa do Consumidor. No caso de fornecimento de produtos *in natura*, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.

1.4.1.3. Vícios de quantidade

É o teor do art. 19 do CDC:

Art. 19, caput, do Código de Defesa do Consumidor. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I – o abatimento proporcional do preço;

II – complementação do peso ou medida;

III – a substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios;

IV – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

São, portanto, as alternativas a que tem direito o consumidor:

(i) **Abatimento do preço** – referente ao valor perdido, seja em peso, medida, ou quantidade de produtos;

(ii) **Complementação do peso ou medida** – em se tratando de vício quantitativo inferior ao pedido, é possível que o consumidor exija a complementação para que atinja a quantidade desejada, seja em peso ou medida;

(iii) **Substituição do produto** – nesse caso, aplica-se, não havendo outro produto de mesma natureza, marca ou modelo, o disposto no §4º do art. 19, anteriormente transcrito;

(iv) **Restituição da quantia paga** – aqui, ao consumidor será devolvida a quantia referente à quantidade ausente.

Para finalizar, o §2º do art. 19 determina que se a medição for feita pelo fornecedor imediato, tendo ele se utilizado de medidas não oficiais, motivo pelo qual há divergência na quantidade do produto, será ele responsabilizado:

Art. 19, §2º, do Código de Defesa do Consumidor. O fornecedor imediato será responsável quando fizer a pesagem ou a medição e o instrumento utilizado não estiver aferido segundo os padrões oficiais.

1.4.2. Responsabilidade por vício no serviço

Está disciplinado no art. 20 do CDC:

Art. 20, caput, do Código de Defesa do Consumidor. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I – a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III – o abatimento proporcional do preço.

Nesse caso, somente se aplicará o disposto aos vícios de qualidade. Lembremos, o vício de qualidade é aquele que torna o serviço *impróprio para consumo, inadequado para consumo, diminui o valor do serviço ou esteja em desacordo com informações da publicidade*. Quanto à impropriedade, determina o §2º do art. 20:

Art. 20, §2º, do Código de Defesa do Consumidor. São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

Havendo a constatação do vício no serviço são as alternativas a que terá direito o consumidor:

(i) ***Reexecução dos serviços*** – aqui, não há o que se falar em custos adicionais ao consumidor, podendo optar, inclusive, por serem os serviços prestados por terceiro, nos termos do §1º:

Art. 20, §1º, do Código de Defesa do Consumidor. A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

(ii) ***Restituição da quantia paga;***

(iii) ***Abatimento proporcional do preço.***

2. Da Garantia e dos Prazos Prescricionais e Decadenciais

2.1. Introdução

Os elementos componentes do título estão diretamente ligados, motivo pelo qual serão conjuntamente estudados a seguir.

2.2. Garantia legal

Tem previsão no art. 24 do CDC:

Art. 24 do Código de Defesa do Consumidor. A garantia legal de adequação do produto ou serviço depende de termo expreso, vedada a exoneração contratual do fornecedor.

Portanto, trata-se de garantia obrigatória, porquanto estabelecida na lei, aplicando-se a todos os produtos e serviços dispostos no mercado. Por esse motivo, é abusiva a cláusula que determina o seu afastamento.

2.2.1.Prazos decadenciais

Os prazos decadenciais atinentes à garantia legal encontram-se disposto no art. 26:

Art. 26, caput, do Código de Defesa do Consumidor. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I – trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II – noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviços e de produtos duráveis.

Para que entendamos na integralidade o referido artigo, é necessário que analisemos alguns elementos específicos. Vejamos:

(i) **Vícios aparentes ou de fácil constatação** – entende-se por aparente ou de fácil constatação o vício cuja percepção se dá por meio da observação atenta, não sendo necessário análise técnica sobre o produto ou serviço. Além disso, convém que notemos o fato de os prazos decadenciais estarem diretamente ligados aos vícios no produto ou serviço;

(ii) **Serviços e produtos não duráveis** – são os produtos ou serviços cujo consumo imediato enseja a destruição ou inutilização da coisa, não possibilitando que o produto seja utilizado uma pluralidade de vezes;

(iii) **Serviços e produtos duráveis** – por outro lado, são os produtos fabricados com o intuito de perdurarem por certo período tempo, não se exaurem, portanto, com o mero uso, sendo possível a sua utilização várias vezes.

Quanto ao início da contagem do prazo decadencial, determinam os §§ 1º e 3º:

Art. 26 do Código de Defesa do Consumidor. [...]

§1º. Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

[...]

§3º. Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

Portanto, o início da contagem do prazo decadencial dependerá da natureza do vício. Em se tratando de vício de fácil constatação ou aparente, já explicado, o prazo será iniciado da entrega efetiva do produto ou da execução dos serviços. Por outro lado, sendo o vício oculto, ou seja, aquele cuja constatação não se dá de forma imediata, sendo necessário o uso contínuo para que seja percebido, o início do prazo se dará quando estiver evidenciado o defeito.

Para finalizar, o CDC enunciou as ocasiões em que o prazo decadencial será obstado. Vejamos:

Art. 26, §2º, do Código de Defesa do Consumidor. Obstat a decadência:

I – a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

II – (Vetado)

III – a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.

2.2.2. Prazos prescricionais

O prazo prescricional, por outro lado, está disposto no art. 27 do CDC:

Art. 27 do Código de Defesa do Consumidor. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista na Seção II deste Capítulo, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

Parágrafo único. (Vetado).

Diferentemente do prazo decadencial, o prazo prescricional atenta-se aos *defeitos*, enunciando prazo de cinco anos para a preservação da pretensão do consumidor.

O início do prazo, como visto, exige a constatação de dois elementos:

(i) **Conhecimento do dano;**

(ii) **Conhecimento da autoria.**

2.3. Garantia contratual

Encontra previsão no art. 50 do CDC:

Art. 50 do Código de Defesa do Consumidor. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

Parágrafo único. O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e o uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

De proêmio, percebemos que a *garantia contratual* é complementar à legal. Significa dizer que somente começará a contar a partir da data do término da garantia legal. Ademais, é mera liberalidade do fornecedor, porquanto a lei não exige a sua aplicação.

Conforme determina o parágrafo único do art. 50, é necessário que o termo de *garantia contratual* esteja expresso no contrato (não comporta aceitação tácita ou presumida) e preencha alguns elementos, quais sejam:

- (i) **Deve ser padronizado;**
- (ii) **Deve esclarecer em que consiste;**
- (iii) **Deve esclarecer qual a forma;**
- (iv) **Deve esclarecer qual o prazo;**
- (v) **Deve esclarecer o lugar em que se exercita;**
- (vi) **Deve indicar qual o ônus do consumidor;**
- (vii) **Deve ser entregue de forma preenchida;**
- (viii) **Deve estar acompanhado de manual de instrução, o qual será caracterizado pela linguagem didática e ilustrações.**

3. Desconsideração da Personalidade Jurídica

3.1. Introdução e conceito

Como bem sabemos, o patrimônio da empresa não se confunde com o patrimônio dos sócios que a ela compõem. Anteriormente à criação do instituto aqui estudado, era comum a ocorrência de fraudes, por meio das quais os empresários se utilizavam da proteção que lhes conferia a referida dissociação. Diante de tais casos, os lesados, quando buscavam seus direitos, encontravam pessoas jurídicas sem recursos, não podendo de qualquer forma atingirem seus sócios.

Este instituto foi criado justamente para esse fim. Havendo indenização devido por pessoa jurídica, é possível seja a personalidade jurídica desconsiderada, alcançando-se a pessoa de seus sócios.

Nesse sentido, é o comentário de Fabrício Bolzan de Almeida:

A teoria da desconsideração da personalidade jurídica legítima, portanto, a retirada do manto protetor que a personalidade de uma empresa possui para atingir o patrimônio do sócio fraudador em caso de eventual ação proposta em razão de prejuízos causados em nome da entidade “fraudadora”.

Em outras palavras, ainda que em sua origem o patrimônio dos sócios seja distinto dos bens da sociedade, aquele poderá ser atingido quando comprovada a fraude do representante da empresa por meio da desconsideração da personalidade jurídica.

No Código de Defesa do Consumidor, o referido instituto se encontra disciplinado no art. 28:

Art. 28 do Código de Defesa do Consumidor. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração de lei, fato ou ato ilícito ou

violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.

§1º. (Vetado).

§2º. As sociedades integrantes dos grupos societários e as sociedades controladas, são subsidiariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§3º. As sociedades consorciadas são solidariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§4º. As sociedades coligadas só responderão por culpa.

§5º. Também poderá ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.

3.2. Espécies

São duas as espécies de desconsideração da personalidade jurídica, quais sejam:

3.2.1. Direta, tradicional ou clássica

Trata-se da desconsideração que atinge a personalidade da pessoa jurídica com o intuito de que seja possível a incidência no patrimônio dos sócios.

Essa espécie apresenta duas subespécies, quais sejam:

(i) **Subjetiva** – tem-se por desconsideração da personalidade na modalidade subjetiva aquela ensejada pela existência de um motivo definido, podendo ele ser de duas naturezas:

(i.i) *Teoria maior* – adotada pelo Código Civil, é a desconsideração que somente ocorrerá diante da existência de fraude ou abuso da proteção que confere aos sócios a personalidade jurídica da empresa. Para tanto, é necessário que o ente lesado comprove ter ocorrido desvio de finalidade, confundindo-se o patrimônio da pessoa jurídica com o patrimônio de seus sócios.

Determina o art. 50 do Código Civil:

Art. 50, caput, do Código Civil. Em caso de abuso de personalidade jurídica, caracterizado pelo desvio de finalidade ou pela confusão patrimonial, pode o juiz, a requerimento da parte, ou do Ministério Público quando lhe couber intervir no processo, desconsiderá-la para que os efeitos de certas e determinadas relações de obrigações sejam estendidos aos bens particulares de administradores ou de sócios da pessoa jurídica beneficiados direta ou indiretamente pelo abuso.

(i.ii) *Teoria menor* – por outro lado, a *teoria menor* determina que a desconsideração da personalidade jurídica não necessita ser precedida de *abuso de direito* por parte da pessoa jurídica, bastando a insolvência desta. É a teoria adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, conforme determina o §5º do art. 28:

Art. 28, §5º, do Código de Defesa do Consumidor. Também poderá ser desconsiderada a personalidade jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.

(ii) **Objetiva** – a outra espécie de despersonalização, entendida como *objetiva*, não exige que haja motivo, bastando o pedido da parte lesada. Em que pese não haver o reconhecimento unânime de tal espécie, é possível que a observemos no disposto nos arts. 130 a 137 do Código Tributário Nacional, referente à responsabilidade dos sucessores.

3.2.2. Indireta ou inversa

De outra mão, *inversa* ou *indireta* é a desconsideração da personalidade da pessoa física para que se atinja o patrimônio da empresa.

3.3. Características

(i) **Episódica** – entende-se por *episódica*, porquanto somente ocorre em casos excepcionais;

(ii) **Incidental** – é incidental em virtude da forma como ocorrerá perante o processo;

(iii) **Entre Pessoas Jurídicas** – é possível ocorra a desconsideração da personalidade de uma pessoa jurídica para que se atinja outra pessoa jurídica.