Iniciaremos agora um assunto de extrema importância para o estudo do CDC: o conceito de consumidor. Apesar de a lei trazer uma definição bem objetiva, é importante explorar diferentes teorias e entendimentos para compreender melhor como está a situação atualmente.

A definição legal de consumidor se encontra no art. 2º do CDC:

> **Art. 2°** Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

A variação de interpretações se dá acerca da expressão “destinatário final”. Vejamos as teorias.

Teorias do “Destinatário Final”

Teoria Maximalista

Essa primeira teoria aponta o destinatário final como todo sujeito que adquire o produto ou serviço para uso próprio, independentemente da destinação econômica que pretende dar à eles. Dessa forma, é possível caracterizar-se como consumidor um empresário que adquire máquinas para a sua indústria, com o objetivo de produzir e vender.

Teoria Finalista

Já a Teoria Finalista define que o destinatário final é aquele que adquire o produto ou serviço para uso próprio e sem utilizá-los com finalidade produtiva, encerrando o ciclo econômico. Como é possível observar, esta teoria é mais restrita quanto aos sujeitos que podem ser caracterizados como consumidores.

Teoria Finalista Mitigada ou Aprofundada

A última teoria é adotada pelo STJ, caracterizando-se como consumidor tanto os sujeitos que adquirem os produtos ou serviços para uso próprio e sem destinação econômica, como aqueles que os utilizam como implemento na unidade produtiva.

O grande diferencial aqui é a observação da condição fática do adquirente, ou seja, observa-se a existência da vulnerabilidade e da hipossuficiência da pessoa física ou jurídica que obtém o produto ou serviço. Caso exista o desequilíbrio entre o adquirente e o fornecedor, existirá também a relação de consumo.

Portanto, no entendimento atual, podem ser caracterizados como consumidores os profissionais liberais e os pequenos empreendimentos que, eventualmente, contratam serviços para complementar a atividade econômica - quando se encontram vulneráveis na relação.

Tipos de Vulnerabilidade

Ainda no aspecto da vulnerabilidade, entende-se que o consumidor pode ficar caracterizado de por três diferentes perspectivas:

- **Vulnerabilidade Técnica:** Refere-se ao déficit de conhecimento sobre as especificidades técnicas e científicas sobre o produto ou serviço quando comparado ao fornecedor.
- **Vulnerabilidade Econômica:** Trata-se da diferença de poderio econômico ou financeiro entre consumidor e fornecedor.
- **Vulnerabilidade Jurídica:** Ideia de que o fornecedor possui maior facilidade para obter informações técnico-jurídicas (como assessorias frequentes ou advogados fixos) do que os consumidores, os quais muitas vezes não conhecem seus direitos.

Por fim, como reforço à Teoria Finalista Aprofundada, o parágrafo único do art. 2º traz a figura do Consumidor Equiparado. Vejamos:

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