

Conceito de consumidor

De acordo com o **art. 2º do CDC**:

Art. 2º 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.

Apesar dessa definição, a determinação do conceito de consumidor é complexa e dependerá, em grande parte, das características do caso concreto.

Os consumidores equiparados e a coletividade de consumidores são, por exemplo, todos aqueles que são atingidos pela veiculação de uma propaganda, mesmo que não tenham efetuado a compra do determinado produto, e mesmo sendo eles, conforme o enunciado, indetermináveis. Isso porque a propaganda integra o negócio jurídico.

Também serão consumidores equiparados aqueles que são afetados em uma relação de consumo estabelecida, mesmo que estes não sejam os contratantes em si, por exemplo, uma família que reside conjuntamente é igualmente afetada pelos fatores da contratação do fornecimento de energia elétrica, sendo irrelevante que o contrato esteja em nome de apenas um dos membros dessa família.

As principais correntes que dão o conceito de consumidor são:

- **Entendimento finalista:** parte de uma compreensão literal do art. 2º do CDC, de forma que só será consumidor aquele que for destinatário final do produto, excluindo-se do manto protetivo do direito do consumidor, por exemplo, empresários que utilizam bens de forma intermediária. Contudo, caberá ao magistrado a flexibilização da regra em um caso concreto envolvendo pequenos comerciantes, por exemplo, que não possuem a mesma força dos grandes fornecedores, podendo ser, portanto, entendidos como consumidores. A jurisprudência do STJ adota a teoria finalista sob um prisma restritivo do art. 2º do CDC, sendo o destinatário final tão somente o destinatário fático e econômico do bem ou serviço;
- **Entendimento maximalista:** compreende o conceito do art. 2º da maneira mais abrangente possível, de forma que o destinatário final é aquele que retira o produto do mercado, utiliza e consome, incluindo o consumidor profissional e o intermediário. A adoção dessa tese traz o risco de tornar consumerista todos os contratos privados, de forma que não é utilizada pelos tribunais nacionais;

- **Finalismo aprofundado:** nova vertente da teoria finalista que surge após a sua adoção pelo STJ, tratando-se de uma análise mais detalhista. A jurisprudência do STJ decidiu por abrandar o critério subjetivo admitindo a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores empresários quando fique evidenciada uma relação de consumo e o desnível de forças entre as partes. A função social do contrato, a probidade, a boa-fé e a interpretação mais favorável ao aderente são institutos do Direito Civil que passam também a nortear esse entendimento. Portanto, a pessoa jurídica pode ser enquadrada como consumidora desde que comprove sua vulnerabilidade, de acordo com essa corrente, não sendo a condição de pessoa física ou jurídica o fator determinante. A diferença é que, para a pessoa física, a hipossuficiência é um pressuposto e, para a pessoa jurídica, deverá haver a comprovação dessa vulnerabilidade. A grosso modo, coloquemos que a teoria finalista aprofundada (ou finalista mitigada) define o consumidor a partir de sua hipossuficiência. Se houver hipossuficiência, caracteriza-se o consumidor; se não, a relação não é de consumo.

A **vulnerabilidade** que envolve o consumidor, conforme já pontuado, pode ser **técnica, jurídica** ou **econômica**. Ademais, pode se tratar de situação provisória ou permanente, individual ou coletiva. A vulnerabilidade técnica refere-se à falta de conhecimento do consumidor comum acerca do produto que está comprando, o que, de maneira geral, não se encontra em consumidores profissionais, mas pode ocorrer. Um exemplo seria a aquisição de maquinário de alta tecnologia por cooperativas agrícolas. Nesta relação é frequente que a cooperativa se encontre em posição de vulnerabilidade técnica diante do fornecedor do maquinário. Tal deve ser avaliado caso a caso sempre.

A vulnerabilidade jurídica traduz-se na falta de conhecimentos específicos com relação ao contrato que o consumidor assume e a sua elaboração unilateral pelo fornecedor é presumida para o consumidor pessoa física, não profissional, e quanto aos consumidores pessoas jurídicas, aplica-se a presunção em contrário, de que eles deveriam possuir esses conhecimentos jurídicos mínimos para o exercício de sua profissão.

A vulnerabilidade econômica trata-se do poder econômico do fornecedor em razão da essencialidade do serviço. Fala-se em um quarto tipo de vulnerabilidade que é a vulnerabilidade informacional, no sentido de que o consumidor sempre possui menos informação acerca do que está comprando em comparação ao fornecedor.