

CONSUMIDOR EQUIPARADO: UMA ANÁLISE SOBRE A RESPONSABILIDADE DE FATO

LARISSA PORTO PRATES DE SOUZA¹; AMANDA APARECIDA CRESPI²;
FRANCISCO JOSÉ SOLLER MATTOS³

¹Universidade Federal do Rio Grande – portolarissa1@gmail.com

²Universidade Federal do Rio Grande – amanda.apcrespin@gmail.com

³Universidade Federal do Rio Grande – fjm@vetorial.net

1. INTRODUÇÃO

Historicamente, a relação de consumo é caracterizada como sendo a compra e venda de mercadorias, mediante pagamento, com destinação final ao produto, isto é, uma pessoa realiza a aquisição de um produto com ânimo de usufruí-lo. Por um lado, nesta relação, existe o fornecedor de produtos e serviços que os coloca à disposição da sociedade através de uma contraprestação como o pagamento, por exemplo, e o consumidor, o qual se caracteriza como a pessoa que irá adquirir estes produtos ou serviços, conforme sua necessidade e vontade, pagando, então, um determinado valor.

De forma primária, esta é a relação regulada pelo Código de Defesa do Consumidor:

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.

Ou seja, esta mesma lei protetiva amplia a abrangência dos indivíduos que podem vir a ser considerados como consumidores, como é o caso do consumidor por equiparação que se utiliza das mesmas regras de proteção, embora não se configure como o principal no contrato comercial. Assim, a equiparação ocorrerá todas as vezes que os indivíduos, mesmo não sendo adquirentes diretos do produto e/ou do serviço, se utilizem dele, em caráter final, ou a ele se vinculam e, ainda, os que venham a sofrer um dano decorrente do defeito do produto ou da falha na prestação dos serviços.

2. METODOLOGIA

O resumo irá utilizar de literatura, do Código de Defesa do Consumidor e da Doutrina Pátria.

O estudo opta pelo método hipotético-dedutivo e pelas relações de consumo que, por vivermos em sociedade, estamos sujeitos a todo momento. Outrossim, recorrer-se-á a aportes bibliográficos pertinentes ao tema, especialmente, no que tange o consumidor equiparado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Junto ao conceito de consumidor, conforme art. 2º do CDC, está, ainda, uma nova modalidade de consumidor, o chamado consumidor equiparado. Observa-se que este novo conceito não está limitado àquele que utiliza ou adquire produto ou serviço como destinatário final, conforme preceitua o caput do artigo 2º do CDC,

mas também abrange o terceiro que sofreu algum efeito da relação de consumo, mesmo sem que tenha se envolvido diretamente, sendo este conhecido com consumidor equiparado. Como elucida bem o ilustre doutrinador Rizzato Nunes:

a definição de consumidor do CDC começa no individual, mais concreto (art. 2º, caput), e termina no geral, mais abstrato (art. 29). Isto porque, logicamente falando, o caput do art. 2º aponta para aquele consumidor real que adquire concretamente um produto ou um serviço, e o art. 29 indica o consumidor do tipo ideal, um ente abstrato, uma espécie de conceito difuso, na medida em que a norma fala da potencialidade, do consumidor que presumivelmente existia, ainda que possa não ser determinado.”

Já o art. 17 estabelece que são consumidores por equiparação todas as vítimas do evento de produtos ou serviços defeituosos, ou seja, abrange a todas as pessoas, mesmo as que não realizaram nenhum tipo de relação contratual com o fornecedor, mas que sofrerem algum tipo de dano pelo fato da má prestação do serviço contratado ou da má qualidade do produto adquirido do fornecedor. Assim, concedendo-lhes o direito a indenização por danos morais e, ou materiais, mesmo que não haja nenhum tipo de relação contratual com o fornecedor. Esses consumidores por equiparação são denominados como consumidor *bystander*.

Dessa forma, o que nos interessa é a responsabilidade de fato, uma vez que tem como pilar a segurança dos produtos e serviços ofertados, a fim de se evitar os acidentes de consumo que causem dano aos consumidores. Os terceiros, mesmo que sem ter qualquer tipo de relação consumerista com o fornecedor, que vierem a sofrer algum tipo de dano por defeito de algum produto ou serviço, podem-se valer dos ditames do CDC, nos termos do artigo supramencionado, sendo assim considerado consumidor por equiparação.

O conceito de consumidor equiparado tem sua origem no direito norte americano e segundo o doutrinador Zanellato, em comentário ao artigo 17 da Lei 8.078/1990, diz que:

Tal equiparação foi nitidamente inspirada na figura do bystander, criação do direito anglo-saxão que, no Black's Law Dictionary, encontra-se assim definida: “Aquele que fica perto: a chance espectador, portanto, uma partícula que não tem a preocupação do negócio que está sendo transacionado. Um presente, mas não participa, espectador, espectador, observador, o observador.”

Temos o exemplo prático do acórdão nº 70080900939 do TJRS que refere-se à ação de danos morais interposta por Carlos Reni Salun de Souza e Lauren Mendes Machados enquanto vítimas dos danos causados pelo descarrilamento e tombamento de trem pertencente aos réus ALL – América Latina Logística S.A. e Rumo Logística. Conforme o relato dos autos, o sinistro causou aparecimento de roedores e trouxe mau cheiro para as casas próximas ao acontecido, trazendo doenças e outros incômodos às vítimas.

As vítimas e autores da ação requereram equiparação a consumidor, com fundamento no art. 17 do CDC, pois ainda que não tenham contratado com as referidas empresas sofreram os danos causados por estas, configurando-os, desta forma como tal. Pediram também inversão do ônus da prova diante da melhor possibilidades dos réus em demonstrar que agiram de modo a retornar ao *status quo*. Os réus alegaram falta de interesse processual e inépcia da petição inicial, impugnaram a inversão de ônus da prova e entraram com embargos declaratórios a fim de questionar o exato local dos fatos. Todos estes não obtiveram êxito e prosseguiu o normal andamento processual.

Por fim, foi mantida a decisão prolatada no 1º grau que condenou os réus à inversão do ônus da prova e a responsabilização aos consequentes danos alegados pelas partes autoras na inicial.

4. CONCLUSÕES

Levando-se em conta o que foi apresentado é possível concluir que as relações de consumo são mais complexas do que a simples relação cliente-produto-vendedor. As minúcias que cercam as relações de consumo podem trazer um terceiro que não necessariamente escolheu aquela relação de consumo, mas foi afetada por ela como se fosse o consumidor direto.

Neste quesito a legislação brasileira consegue abranger este novo ente e protegê-lo quando assim é necessário, evitando abusos e injustiças aos consumidores e consumidores por equiparação.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aplicação do Código de Defesa do Consumidor: análise crítica da relação de consumo. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2009.

NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**: com exercícios/ Rizzato Nunes- 2 ed. rev., modif. e atual.-São Paulo:Saraiva, 2005.

TJRS. Acórdão: CER Nº 70080900939. Relator: Carlos Eduardo Richinitti. DJ: 26/06/2019. **Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul**, 2019. Disponível em: <http://www.tjrs.jus.br/busca/?tb=proc>. Acesso em: 14/07/2019

ZANELATO, Marco Antonio. **Considerações sobre o Conceito Jurídico de Consumidor**. 2009.