

A APLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC) NAS RELAÇÕES COM ASSOCIAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

THE APPLICABILITY OF THE CONSUMER DEFENSE CODE (CDC) IN RELATIONS WITH NON-PROFIT ASSOCIATIONS

Danielle Batista da Silva

Acadêmica do Curso de Graduação em Direito do Centro Universitário ICESP de Brasília/DF. Participante do Grupo de Pesquisa Direitos Fundamentais e Políticas Públicas – GPDPFP (<https://lattes.cnpq.br/7656564234555399>)

Iasmin do Nascimento Rodrigues

Acadêmica do Curso de Graduação em Direito do Centro Universitário ICESP de Brasília/DF. Participante do Grupo de Pesquisa Direitos Fundamentais e Políticas Públicas – GPDPFP (<https://lattes.cnpq.br/6677799149357745>)

Artigo elaborado sob a orientação do Prof. Leonardo Vieira Morais (<http://lattes.cnpq.br/5146425060826784>)

Resumo: O presente trabalho, oriundo das dificuldades encontradas no ramo da advocacia corporativa, tem como objetivo analisar os limites da aplicação do Código de Defesa do Consumidor, especificamente nas relações entre consumidor e associações sem fins lucrativos, partindo da premissa de que os consumidores são frágeis e hipossuficientes nas relações comerciais sem, contudo, deixar de analisar eventuais lapsos na fundamentação de teses quanto à aplicação do CDC frente ao seu papel atribuído por lei. Trata-se de uma pesquisa imperativa, com vistas a influenciar a conduta dos operadores de direito. Os estudos foram baseados substancialmente em pesquisas legislativas, doutrinárias e jurisprudenciais, com um aporte teórico fundamentado principalmente no Código Civil e no Código do Consumidor, os quais apontaram algumas divergências quanto à aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor em detrimento do Código Civil, conferindo às relações paritárias o aspecto de consumeristas.

Palavras-chave: Terceiro setor; associações; aplicação do CDC; consumidor; relações paritárias.

Abstract: The present work, arising from the difficulties encountered in the field of corporate law, aims to analyze the limits of the application of the Consumer Defense Code, specifically in relations between consumers and non-profit associations, starting from the premise that consumers are fragile and hyposufficient in commercial relations without, however, failing to analyze possible lapses in the reasoning of theses regarding the application of the CDC in view of its role assigned by law. This is an imperative survey, with a view to influencing the conduct of law operators. The studies were substantially based on legislative, doctrinal and jurisprudential research, with a theoretical contribution based mainly on the Civil Code and the Consumer Code, which pointed out some divergences regarding the applicability of the Consumer Protection Code to the detriment of the Civil Code, giving the parity relations the aspect of consumerism.

Keywords: Third sector; associations; CDC application; consumer; parity relations.

Sumário: Introdução, 1. Associações sem fins lucrativos no cenário brasileiro. 1.1. Do terceiro setor no Brasil. 1.2. Da natureza jurídica das associações. 1.3 Características das associações sem fins lucrativos. 2. Direito do consumidor no Brasil. 2.1. Conceito de Consumidor. 2.2. Conceito de fornecedor e produto/serviço. 3. Da integração das normas do CDC e CC. 3.1 Da igualdade material e formal. 3.2 Do diálogo das fontes. 4. Do cenário jurídico atual. 4.1 Das desvantagens da aplicação do CDC. Considerações finais. Referências.

Introdução

A presente pesquisa surgiu das observações realizadas no ramo da advocacia corporativa quanto à aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor (CDC) em detrimento do Código Civil (CC) nas relações com associações sem fins lucrativos.

O estudo se mostra importante à medida que trata de assuntos como a extensão da aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas relações entre associação e associado. Discute eventual generalização dessa aplicação e possibilita analisar a interpretação dessas relações sob a ótica do Código Civil.

Considerando que a gênese do direito do consumidor estabeleceu uma nova visão de mercado, priorizando a parte vulnerável e trazendo equilíbrio para as relações, a sua aplicação necessita evidenciar o balanceamento das relações de comércio, atendendo as necessidades dos consumidores e contribuindo para a ordem pública e o interesse social.

Nessa lógica, partindo do pressuposto de que o vínculo entre associados é de igual para igual, não existindo direitos e deveres entre si, bem como as relações consumeristas se baseiam principalmente na disparidade da ligação, surgem alguns questionamentos quanto à aplicação do CDC nas relações com associações sem fins lucrativos e os seus limites.

Dessa forma, o artigo em questão procurou desenvolver uma linguagem clara do que é uma associação sem fins lucrativos, em qual setor ela está inserida e qual a sua natureza jurídica. Desenvolve, ainda, os principais conceitos de direito do consumidor, trazendo à tona a situação atual de sua aplicabilidade, voltada para associações sem fins lucrativos no ordenamento jurídico brasileiro.

Por fim, do ponto de vista metodológico, a escrita priorizou a letra seca da lei e a análise de jurisprudências, sem deixar à parte artigos científicos e doutrinas concernentes ao tema. As considerações foram realizadas de forma prática e austera, com comparação entre as normas do CDC e CC, bem como análise de correntes legislativas em jurisprudências dos tribunais, as quais apontaram divergências e generalização do Código de Defesa do Consumidor.

1. Associações sem fins lucrativos no cenário brasileiro

A convivência em sociedade tem mostrado cada vez mais a importância de se estabelecer um negócio de impacto, com vistas a gerar transformação social e ambiental.

Nessa perspectiva, as associações sem fins lucrativos se mostram como um verdadeiro agente de transformação e renovação do espaço público, baseado na cidadania e na participação

popular, resgatando princípios básicos como o da solidariedade, transvestida com uma roupagem empresarial, mas, ao mesmo tempo, sem a finalidade de geração de lucro e sim de valor para a comunidade.

Pensando nisso, a abordagem do presente capítulo versará sobre o contexto em que se encontram as associações sem fins lucrativos, sua natureza jurídica, assim como as peculiaridades daí advindas.

Subsequentemente, será apresentada e discutida a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor nas relações com essas associações, sua importância e consequências jurídicas no âmbito do judiciário.

1.1. Do terceiro setor no Brasil

Para entender em que consistem as associações sem fins lucrativos, faz-se necessário compreender em qual cenário elas se encontram. Pois bem, a sociedade possui três setores na economia, são eles: o primeiro setor, o segundo setor e o terceiro setor.

O primeiro setor agrega o poder público em si, seus órgãos, empresas estatais, instituições e assim por diante. O segundo setor corresponde às empresas privadas com finalidade lucrativa, ou seja, o livre comércio, marcado pelo capitalismo e pela competitividade de mercado. Já o terceiro setor é marcado pelo caráter social, sendo composto por instituições filantrópicas, religiosas e voluntárias, do qual o objeto do nosso estudo, as associações sem fins lucrativos, também fazem parte.

Importante destacar, ainda, que o terceiro setor surgiu com uma finalidade social e operando como um aparato governamental, vez que exerce funções sociais importantes quanto a cidadania, cultura, educação, saúde e afins. Baseado na solidariedade e trabalho voluntário, ele propicia uma mudança de vida daqueles que fazem uso e, em pequena escala, serve de base para a superação da pobreza. Ou seja, realiza um trabalho que, via de regra, é de responsabilidade do primeiro setor, o poder público.

Nessa perspectiva, em sua tese, Andres Pablo Falconer (1999, p.8) afirma que:

A parceria Estado-terceiro setor é justificado tanto por critérios técnicos e de gestão, como uma alternativa à morosidade e ineficiência da burocracia do Estado, quanto, também, por argumentos que identificam nesta relação um caminho de fortalecimento da democracia, através da ampliação das instâncias de participação do cidadão na esfera pública e no controle social do Estado.

Seguindo essa linha, Fernandes (1994, p.11) assenta que não constitui “nem empresa nem governo, mas sim cidadãos participando, de modo espontâneo e voluntário, em um sem-número de ações que visam o interesse comum”.

Posto isso, o surgimento do Terceiro Setor tornou-se um grande aliado da sociedade, tanto pelo seu caráter sociocultural, como também pela democratização do acesso ao setor público por parte do cidadão, não só de forma indireta com o exercício do sufrágio universal, mas como personagem principal, atuante na defesa dos interesses de uma parcela da comunidade que se juntam por um alvo em comum.

1.2. Da natureza jurídica das associações

As associações sem fins lucrativos, também conhecidas por fazerem parte do chamado terceiro setor, constituem-se pela união de pessoas com o mesmo objetivo para fins não econômicos. É o que está disposto no art. 53 do Código Civil.

Importante ressaltar que o artigo se refere tanto à união de pessoas físicas, como jurídicas, que se juntam por um escopo comum, como exemplo: educação, cultura, saúde, entre outros, desde que para fins não econômicos.

Contudo, no que diz respeito à finalidade econômica, deve-se refletir que o termo “fins não econômicos” é muito amplo, ou seja, abarca tanto a finalidade lucrativa como produtiva. Dessa forma, entende-se que as associações podem exercer atividades econômicas, mas que não tenham o objetivo de lucro, em consonância com o enunciado 534 do Conselho de Justiça Federal, (BRASIL, 2013) “as associações podem desenvolver atividade econômica, desde que não haja finalidade lucrativa”.

Mendes (2021, p. 41) por outro lado, afirma que uma associação pode até gerar lucro, mas isso não constitui um fim em si mesmo. A finalidade continua sendo a busca do ideal associativo, sendo o lucro apenas uma consequência enquanto se busca o ideal para o qual a associação foi formada.

Entretanto, a doutrina majoritária compreende que a associação pode produzir atividade econômica, mas não lucrativa em caráter particular, ou seja, é vedada a distribuição dos lucros. Por isso, defende-se que o conceito ideal seria “sem fins lucrativos”.

Continuando, segundo o parágrafo único do art. 53 do CC, “não há, entre os associados, direitos e obrigações recíprocas”. Isto é, os associados podem possuir obrigações perante a associação, por exemplo: o pagamento de uma mensalidade, mas não possuem obrigações entre si, diferente de uma sociedade, tendo como exemplo, em que os sócios se obrigam de forma

recíproca a contribuir com bens ou serviços, para o exercício de atividade econômica, bem como a partilha dos resultados entre eles, de acordo com o art. 981 do CC.

Em suma, associações são pessoas jurídicas de direito privado, caracterizadas pelo agrupamento de pessoas com propósitos em comum, sem finalidade lucrativa. Elas passam a ter existência legal com sua inscrição no Registro das Pessoas jurídicas, todavia se diferenciam das demais pessoas jurídicas com fins lucrativos situadas no segundo setor, tanto em sua constituição, como finalidade e parcela contributiva para a sociedade, conforme será demonstrado a seguir.

1.3. Características das associações sem fins lucrativos

Segundo o que já foi relatado, uma associação sem fins lucrativos caracteriza-se basicamente pela união de pessoas com o mesmo objetivo, sem finalidade lucrativa, em que o patrimônio é formado pelos seus associados e também por meio de doações.

No mesmo sentido, o artigo 1º, § 1º, da Lei nº 9.790/1999 dispõe sobre o que vem a ser uma pessoa jurídica sem fins lucrativos:

Art. 1º Podem qualificar-se como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público as pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos que tenham sido constituídas e se encontrem em funcionamento regular há, no mínimo, 3 (três) anos, desde que os respectivos objetivos sociais e normas estatutárias atendam aos requisitos instituídos por esta Lei.

§ 1º Para os efeitos desta Lei, considera-se sem fins lucrativos a pessoa jurídica de direito privado que não distribui, entre os seus sócios ou associados, conselheiros, diretores, empregados ou doadores, eventuais excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, bonificações, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades, e que os aplica integralmente na consecução do respectivo objeto social.

Nessa perspectiva, é primordial a não distribuição de lucros entre os associados, com as verbas destinadas em sua totalidade para o propósito que a associação foi criada.

A sua existência inicia-se a partir da inscrição formal, conforme art. 114, inciso I da Lei nº 6.015/73, e um dos requisitos básicos de existência constitui a elaboração de um estatuto social, nos moldes do art. 54 do Código Civil, o qual deve conter todas as particularidades da associação, denominação, fins, sede, requisitos de admissão, direitos, deveres, etc.

Ressalte-se, ainda, que a Carta Magna, em seu art. 150, VI, c, fomenta a criação de personalidade jurídica sem fins lucrativos, uma vez que estabelece hipóteses de imunidade de

impostos às entidades sem fins lucrativos, especificamente ligadas à educação e assistência social.

No mesmo sentido, a Lei nº 9.532/97, em seu art. 12, estabelece critérios de isenção tributária para instituições sem fins lucrativos. Ou seja, as instituições sem fins lucrativos são de extrema importância para o setor público e possuem não só apoio governamental, mas também incentivos regulamentados por lei.

Outro aspecto importante é a possibilidade de remunerar os dirigentes das associações, o qual ficou estabelecido a partir da criação da Lei nº 13.151, de 28 de julho de 2015. Dessa forma, os dirigentes podem ser remunerados, desde que atuem de maneira efetiva na gestão executiva.

Mas é indispensável lembrar que associação não possui dono, e é por esse motivo que não pode distribuir seus lucros, diferente de uma empresa que possui sócios e pode realizar a distribuição de lucros.

Toda a verba arrecadada em uma associação deve ser revertida para a própria associação, ou seja, para melhorias e benefícios comuns de todos. Tanto que, uma vez dissolvida uma associação, o patrimônio remanescente deverá ser destinado, em regra, para outra entidade sem fins lucrativos, nos termos do art. 61 do CC.

Logo, é imperioso destacar que não existe hierarquia entre os associados, tampouco direitos e obrigações recíprocas. Os associados possuem um vínculo de pertencimento, por livre e consciente escolha, além de constituir uma liberdade assegurada na Lei maior, caracterizada pela união de forças, vinculada aos direitos e garantias individuais, especificamente no que diz respeito à liberdade de expressão, livre iniciativa, autonomia da vontade e dignidade da pessoa humana.

2. Direito do Consumidor no Brasil

Com o advento do Código de Defesa do Consumidor, mudou-se o cenário das relações consumeristas, propiciando proteção e atenção às vulnerabilidades dos cidadãos e constituindo uma importante ferramenta na concretização e efetivação dos direitos humanos.

Ressalte-se que a necessidade da positivação de leis que protegessem o consumidor surgiu do crescimento desenfreado das relações comerciais, fruto do sistema capitalista. Com produções em grande escala, o domínio do mercado passou para empresas que ditam as regras do contrato e da sociedade, o consumidor, por sua vez, com a carência de suprir suas necessidades, vê-se num sistema de compra de maneira desigual.

Nessa lógica, Alcará (2013, p. 2) observa que, na sociedade de massa, a produção é feita de acordo com as vontades dos fabricantes, que tem como base o menor custo de produção, o que acaba alterando a paridade que deveria existir entre o consumidor e o fornecedor.

Pensando nisso, a Lei nº 8.078/90 ao promover o respeito à dignidade, saúde e segurança, bem como a proteção dos interesses econômicos e a melhoria da qualidade de vida, pretende equilibrar as relações comerciais e sustentar condições saudáveis de consumo, visando melhorias de vida.

Ocorre que, com a modernidade, o consumo passou a ser não só um meio de subsistência das pessoas, mas se transformou num meio de realização pessoal. Diferente da antiguidade, quando as relações consumeristas baseavam-se na troca de produtos, o consumo hoje em dia é uma espécie de “*status*” de um indivíduo, consumir tornou-se uma cultura.

No Brasil, por exemplo, diversas pesquisas apontam que o país está entre os que mais consomem. Uma delas, divulgada pelo site Cupom Válido, aponta que o Brasil está em primeiro lugar no *ranking* mundial do *e-commerce*¹, a título de exemplo.

Outra pesquisa, disponível no site Agência Brasil, relata que em 2022 o consumo nos lares encerrou com alta de 3,89%, correspondente a “atacarejo, supermercado convencional, loja de vizinhança, hipermercado, minimercado e e-commerce”.²

E, partindo do pressuposto que todo ser humano é um potencial consumidor, não é difícil imaginar que a maioria das relações comerciais hoje se baseia no consumo. Consequentemente, o número de problemas relacionados à conexão consumerista também aumentou. Segundo dados fornecidos pelo CNJ, dos novos casos levados a conhecimento da Justiça no ano de 2021, cerca de 9,9%, o equivalente a R\$4.989,643 (quatro milhões novecentos e oitenta e nove reais mil e seiscentos e quarenta e três)³, é correspondente às demandas do direito do consumidor.

Com efeito, observa-se que os pleitos relacionados ao direito do consumidor contribuem em grande escala para o abarrotamento da Justiça Brasileira. E, uma das principais consequências que isso pode acarretar trata-se de um judiciário cada vez mais mecânico e genérico em suas decisões, o que impossibilita o aprofundamento em temas mais subsidiários, colocando a exceção no regramento geral.

¹ Trata-se de comércio eletrônico, vendas e compras pela internet.

² Informações recolhidas no site Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-01/consumo-nos-lares-brasileiros-encerra-2022-com-alta-de-389>. Acesso em 17 de junho de 2023.

³ Informações recolhidas do anuário da justiça, dados fornecidos pelo Conselho Nacional de Justiça, pág. 15. Disponível em: <https://anuario.conjur.com.br/pt-BR/profiles/78592e4622f1-anuario-da-justica/editions/anuario-da-justica-brasil-2022/pages/page/8>. Acesso em 14 de junho de 2023.

2.1. Conceito de Consumidor

Em concordância com o que foi desenvolvido ao longo do artigo, vale trazer à baila o conceito de consumidor. Consoante o art. 2º do CDC, “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

Nesse contexto, é importante realizar algumas ponderações. Primeiro, para ser considerado um consumidor, é necessário ser pessoa física ou jurídica e, quanto a esse ponto, não existe nenhuma divergência.

Segundo, como regra geral, para ser considerado um consumidor, é imprescindível adquirir ou usar algum produto ou serviço. Subentende-se, dessa forma, que esta relação envolve um valor, especialmente em pecúnia. No entanto, por se tratar de um termo abstrato, existe a possibilidade de se adquirir produtos ou serviços de forma gratuita também.

Terceiro, para ser considerado um consumidor, é necessário ser destinatário final. Sobre esse ponto, Nunes (2018, p. 84) afirma que existe uma problemática. Isso porque uma pessoa pode adquirir um produto como destinatário final e mesmo assim utilizá-lo como típico material de produção.

Ele pondera que a solução para esse obstáculo se encontra no fato de que o CDC se preocupa particularmente com bens típicos de consumo, que são produzidos em série, levados a conhecimento do público por meio de muitos veículos de comunicação e conclui o seguinte:

- a) o CDC regula situações em que haja “destinatário final” que adquire produto ou serviço para uso próprio sem finalidade de produção de outros produtos ou serviços;
- b) regula também situações em que haja “destinatário final” que adquire produto ou serviço com finalidade de produção de outros produtos ou serviços, desde que estes, uma vez adquiridos, sejam oferecidos regularmente no mercado de consumo, independentemente do uso e destino que o adquirente lhes vai dar;
- c) o CDC não regula situações nas quais, apesar de se poder identificar um “destinatário final”, o produto ou serviço é entregue com a finalidade específica de servir de “bem de produção” para outro produto ou serviço e via de regra não está colocado no mercado de consumo como bem de consumo, mas como de produção; o consumidor comum não o adquire. Por via de exceção, contudo, haverá caso em que a aquisição do produto ou serviço típico de produção será feita pelo consumidor, e nessa relação incidirão as regras do CDC.

O caso a) se refere às situações do cotidiano, nas quais uma pessoa adquire um produto para utilizar no dia a dia, por exemplo, uma dona de casa comprando alimentos para a família. Sobre o caso b) podemos dizer que se trata de produtos ou serviços que podem tanto ser utilizado para consumo como para fins de produção, Mendes (2018, p.89) cita o exemplo de um professor que

compra uma caneta e a utiliza para prestar serviços educacionais. O caso c) trata da utilização de produtos por parte do comprador apenas com a finalidade de servir como bem de produção. Em todo caso, depreende-se que se trata de um conceito baseado nas concepções econômicas.

Entretanto, é de suma importância desenvolver um conceito social de consumidor, isso porque o fator econômico não é o cerne da questão, mas sim o desequilíbrio nas relações comerciais, que se tornou tão latente a ponto de gerar um direito especializado na proteção ao mais vulnerável.

Nesse sentido, deve-se pautar a proteção do consumidor sob a seguinte ótica: a fraqueza dos consumidores diante dos fornecedores; da necessidade de proteção por parte da lei aos mais fracos e da impossibilidade da proteção destes por parte do direito civil (CALAIS apud NETO, 2012).

Logo, com o fundamento nesses princípios, é importante estabelecer um conceito mais amplo de consumidor que considere tanto os aspectos jurídicos e econômicos, como o social e antropológico, sob pena de relativizar a sua aplicação.

Ainda, de acordo com a legislação brasileira, “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”⁴, “todas as vítimas do evento [causados por danos decorrentes do produto e do serviço]”⁵ e “equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não [expostas nos capítulos que tratam sobre as práticas comerciais e proteção contratual].”⁶

Assim, na legislação brasileira, admite-se como consumidor tanto quem compra ou utiliza produtos como destinatário final, como para aqueles que, mesmo não possuindo relação direta de consumo, são afetados pelos danos decorrentes dessa relação.

2.2. Conceito de Fornecedor e produto/serviço

A aplicação das normas do direito do consumidor depende da existência dos elementos de uma relação de consumo. Nesse sentido, é fundamental apresentar os conceitos de fornecedor e produto/serviço conjuntamente ao conceito de consumidor, a fim de melhor definir a função do CDC.

Pois bem, “fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção,

⁴ Parágrafo único do art. 2º do Código de Defesa do Consumidor.

⁵ Art. 17º do Código de Defesa do Consumidor

⁶ Art. 29º do Código de Defesa do Consumidor.

montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.⁷

Nessa perspectiva, “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”⁸ e “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”.⁹

Percebe-se que o conceito apresentado sobre fornecedor é bem amplo, de modo que abre margens, inclusive, para relações trabalhistas. Nas palavras do estudioso Bernard Rodrigues Netto (2012, p. 48):

É o caso do contrato de pequena empreitada, no qual, para os que defendem essa interpretação estendida do direito do consumidor, aquele que contrata o serviço oscilaria entre conceitos de empregador e de consumidor e, de outro lado, o que presta o serviço oscilaria entre empregado e fornecedor.

Netto (2012, p. 50) explica que essa amplitude acaba desfavorecendo o pequeno comerciante, por exemplo, visto que para cada direito do consumidor existe uma grande parcela de obrigações para o fornecedor. E, considerando o atual mercado, os fornecedores de pequeno porte não possuem o mecanismo necessário para suportar a grandeza dos encargos.

Em contrapartida, essa mesma amplitude favorece as grandes empresas, que foram justamente as principais colaboradoras para o surgimento da lei voltada para a proteção do consumidor, haja vista o aumento da disparidade nas relações consumeristas. Ou seja, mais uma vez se mostra necessária a compreensão do direito do consumidor sob a égide da interpretação social, estabelecendo um parâmetro do que vem a ser uma relação de consumo, baseada, principalmente, na desigualdade das partes.

3. Da integração das normas do CDC e CC

Uma vez superadas as conceituações de associações sem fins lucrativos e demais peculiaridades sobre o tripé do consumo, passamos a uma análise mais direta e comparativa. O cerne do presente estudo gira em torno de um paralelo entre a aplicação do CDC e CC.

Observa-se, ao longo das considerações realizadas, que o CDC foi criado com o intuito de proteger a parte mais vulnerável de uma relação, tendo em vista o desequilíbrio perpetrado ao

⁷ Art. 3º do Código de Defesa do Consumidor

⁸ Parágrafo 1º do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor

⁹ Parágrafo 2º do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor.

longo dos anos. Dessa forma, infere-se que o Código de Defesa do Consumidor é uma norma especial, de caráter protetivo. Por outro lado, o Código Civil cuida das relações paritárias, direcionado à luz do princípio da igualdade das partes.

Entretanto, é importante frisar que o Código Civil também apresenta instrumentos para casos de desigualdade material, que se fundamenta no princípio da isonomia, onde todas as pessoas perante a lei são iguais, ressalvadas as condições individuais.

Dessa forma, um caminho mais seguro para a analisar determinado litígio judicial seria a interpretação de forma unitária, fazendo uso do diálogo das fontes.¹⁰ Nesse ponto de vista, o teórico Fábio Siebeneichler de Andrade (2007, p. 167), aponta a necessidade de discutir sobre a integração entre o Direito Civil e o Direito do Consumidor:

Na atualidade é perceptível que também o Direito Civil possui um instrumentário para os casos de desigualdade material entre as partes, como serve de exemplo o próprio Código Civil de 2002. De sorte que não há uma incompatibilidade material que impeça uma integração entre as regras do Direito Civil e do Direito Consumidor em um mesmo Código. O Código Civil poderia ser o “centro científico” do Direito Privado.

Sobre esse ponto, e em concordância com o disposto pelo teórico, o Direito Civil poderia ser utilizado como um parâmetro para o direito privado, visto que também se preocupa com os desníveis das relações que surgem neste âmbito. Nessa perspectiva, torna-se necessário trazer alguns conceitos de igualdade material, bem como da teoria do diálogo das fontes.

3.1 Da igualdade material e formal

A igualdade é uma garantia constitucional assegurada no art. 5º da Constituição, caracterizada como uma garantia fundamental que orienta o ordenamento jurídico brasileiro. Mais do que uma garantia, porém, trata-se de um ideal de igualdade perseguido pela humanidade, sendo o centro das garantias constitucionais de um Estado de Direito, de acordo com Torelly (2008, p. 215).

Para Mello (2015, p. 10) a lei é um instrumento regulador da vida social, que precisa tratar todos os cidadãos de forma equitativa, fundamento no princípio da isonomia. Um conteúdo que necessita ser assimilado pelos sistemas normativos vigentes.

¹⁰ Teoria desenvolvida da Alemanha pelo jurista Erik Jayme, segundo o qual o ordenamento jurídico deve ser interpretado de maneira unitária. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/171735/da-teoria-do-dialogo-das-fontes>. Acesso em: 16 de junho de 2023.

Importante mencionar que existem, como regra geral, dois tipos de justiça, baseados no ideal de igualdade, são elas: a material e a formal. A igualdade formal diz respeito à igualdade definida em lei, é o tratamento igualitário que está previsto formalmente em lei, que veda todo tipo de discriminação injustificada.

Já a igualdade material trata-se da promoção do nivelamento entre as partes, é o tratamento de acordo com as diferenças individuais, é o direito aplicado na prática, considerando a realidade do indivíduo.

Conclui-se, dessa forma, que o CDC foi criado com vistas na justiça material, em atenção à vulnerabilidade do consumidor. Por outro lado, o Código Civil também se preocupa com situações de disparidade, razão pela qual necessita ser utilizado como base na interpretação do caso em concreto, é o que disciplina a teoria do diálogo das fontes.

3.2 Do diálogo das fontes

Segundo a teoria do diálogo das fontes (TDE), as leis devem ser aplicadas de forma unitária e não isoladamente. Essa teoria foi desenvolvida pelo jurista alemão Erik Jayme e apresentada ao Brasil pela jurista Cláudia Lima Marques, uma renomada especialista em direito do consumidor.

A sua aplicação ocorre por três formas: diálogo sistemático de coerência, que seria a aplicação simultânea das duas leis (CDC e CC), uma servindo de base para a outra; diálogo sistemático de complementaridade e subsidiariedade, segundo o qual a aplicação reside no fato de uma pode complementar a outra, dependendo do caso em concreto, e, por último, o diálogo sistemático das influências recíprocas, que seria uma redefinição do campo de aplicação de uma determinada lei, são as influências que uma lei exerce na outra (SILVA, 2020).

Nessa lógica, a teoria do diálogo das fontes defende a aplicação coordenada das fontes, visando uma maior coerência na aplicação das normas. É tão importante a sua atuação como forma de evitar que uma norma se sobreponha à outra em casos de conflitos, por exemplo. O uso da TDE de forma coordenada contribui para uma aplicação mais harmoniosa das leis, e, por consequência, mais adequada ao caso concreto.

4. Do cenário jurídico atual

A dicotomia entre associado e consumidor encontra-se na seguinte questão: enquanto um constitui uma relação de pertencimento, orientada pela autonomia da vontade, o outro, frente

ao mercado, encontra-se numa situação de vulnerabilidade, orientado pela necessidade de consumo.

A dicotomia entre uma associação e um fornecedor de produtos/serviços encontra-se na seguinte questão: enquanto um é movido pelo bem comum e sem finalidade lucrativa, o outro é movido pelos interesses pessoais da empresa, com vistas à geração de riqueza.

Percebe-se, dessa forma, que a natureza para qual cada um foi criado muda inteiramente a relação das partes. São dois polos opostos que necessitam de melhor atenção por parte do judiciário. Entretanto, em casos de divergências de normas, tem prevalecido a aplicação do CDC em detrimento do CC, especificamente para questões que envolvam contribuição financeira por parte dos associados.

O Tribunal de Justiça de São Paulo, por exemplo, possui entendimento de que a relação de consumo se caracteriza pelo objeto e, em sendo o contrato de adesão, tem-se uma relação consumerista:

EMENTA: SEGURO ATÍPICO. ASSOCIAÇÃO. OBRIGAÇÃO DE FAZER C.C. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. 1. Se a sentença está suficientemente motivada, de rigor a adoção integral dos fundamentos nela deduzidos. Inteligência do art. 252 do Regimento Interno do Tribunal de Justiça. 2. Se as partes firmaram contrato de adesão em que o autor paga pelo serviço, de rigor a aplicação do Código de Defesa do Consumidor. 3. Comprovado que os transtornos sofridos pelo consumidor geraram incontestemente abalo moral, justificasse a reparação do dano daí decorrente e oriundo do agir indiligente da apelante. 4. O valor do dano moral deve ser aferido com razoabilidade, sem excesso, para que não gere enriquecimento, nem com insignificância, que o torne inexpressivo. 5. Em observação ao princípio da adstrição da sentença ao pedido, inviável a condenação solidária. Sentença mantida. Recurso desprovido, com majoração da verba honorária (art. 85, § 11, do CPC) (TJSP – Apelação cível 2023.0000317044, Relator: Felipe Ferreira, data do julgamento: 20 de abril de 2023, 26ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo).

Em outro julgamento, o Tribunal também optou pela aplicação do CDC em detrimento do Código Civil, vejamos:

APELAÇÃO CÍVEL DESCONTO EM BENEFÍCIO PREVIDENCIÁRIO Ação declaratória de inexistência de débito c/c repetição de indébito e indenização por dano moral Sentença procedente Inconformismo da ré ACOLHIMENTO PARCIAL BENEFÍCIO DA JUSTIÇA GRATUITA – Pessoa jurídica – Entidade filantrópica ou sem fins lucrativos prestadora de serviços às pessoas idosas – Possibilidade – Inteligência do art. 51 do Estatuto do Idoso – Desnecessidade de comprovação da

hipossuficiência financeira – Precedente do C. STJ, afirmando que o estatuto concede o benefício sem exigir prova da condição financeira MÉRITO Aplicação do Código de Defesa do Consumidor – Possibilidade – Contrato de adesão com assinatura falsa – Inexistência de relação jurídica entre as partes – Prova pericial grafotécnica não realizada por culpa da ré – Associação que se equipara a fornecedor de serviços e o autor, a consumidor – Restituição em dobro devida (art. 42, parágrafo único do CDC) – Dano moral reduzido para R\$ 5.000,00. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO (TJSP – Apelação cível 2023.0000274597, Relator: Fernando Reverendo Vidal Akaqui, data do julgamento: 04 de abril de 2023, 7ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo).

No julgamento do Recurso Inominado nº 0701818-17.2018.8.07.0010 do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, o Juiz Aiston Henrique de Sousa também reconheceu a relação consumerista, *in verbis*:

A demanda proposta pelo associado-segurado contra a associação sem fins lucrativos que presta serviço de proteção veicular, com cobertura de riscos predeterminados, tem natureza de relação de consumo, haja vista as partes estarem inseridas nos conceitos de fornecedor de um serviço de seguro e consumidor, nos termos dos arts. 2º e 3º da Lei 8.078/90.

Depreende-se dos casos acima que apenas o objeto do contrato foi analisado, desconsiderando totalmente todo o engendramento de uma associação, ou seja, sua natureza jurídica. Desprezando, por consequência, o seu meio e o fim.

Some-se, ainda, o fato de enquadrar o associado numa situação de vulnerabilidade aparente. Aparente no sentido de que embora tenha formado uma relação igualitária com a associação, em sobrevindo a aplicação do CDC na relação, essa passa a ser consumerista e a partir daí se utiliza de todas as medidas protetivas prevista da legislação consumerista.

Leonardo (2015) observa que é preciso ao menos diferenciar os casos em que a associação é mutualista, caso em que os associados se organizam para ter acesso aos serviços, das situações em que as associações ofertam os serviços mediante adesão de quem tiver interesse.

Sobre esse ponto, considera-se que, mesmo diante da possibilidade do contrato ser realizado por adesão, isso não é suficiente para se estabelecer um regime jurídico, tendo em vista que o Código Civil também trata das desigualdades oriundas dessa espécie de contratação, a exemplo do art. 423, que determina a interpretação mais favorável ao aderente, em caso de contrato ambíguo.

De toda forma, esse não é o caso no quadro atual. O que acontece, na prática, é a aplicação do Código de Defesa do Consumidor em detrimento do Código Civil nas relações que envolvem fornecimento de serviços e contribuição associativa.

Mas é importante lembrar que a contribuição associativa é diferente da mensalidade. Isso porque enquanto uma é revestida para a manutenção da associação, assim como possui caráter de colaboração moral e social, a outra é uma importância que se paga por determinado serviço e tem caráter pessoal.

Ou seja, a natureza influencia diretamente o propósito, e um propósito constitui um fim em si mesmo. Desvincular os dois estabelece um erro na interpretação das normas, contribuindo para o aumento da insegurança jurídica.

Nessa ótica, vale trazer as reflexões da Súmula 608 do STJ, a qual definiu que “aplica-se o Código de Defesa do Consumidor aos contratos de plano de saúde, salvo os administrados por entidades de autogestão.” Entidades de autogestão são planos fechados, criados para beneficiar um grupo específico de pessoas, por exemplo, a CASSI (Caixa de Assistência dos Funcionários do Banco do Brasil).

Nessa perspectiva, os atos regulamentares da Agência Nacional de Saúde Suplementar conferem tratamento diferenciado para entidades de autogestão. E segundo entendimento do STJ, a questão ultrapassa a aplicação do CDC, vejamos:

RECURSO ESPECIAL - PLANO DE SAÚDE DE AUTOGESTÃO - NORMA OU RESOLUÇÃO RESTRITIVA DE COBERTURA OU RESSARCIMENTO DE EVENTOS - POSSIBILIDADE E NÃO-ABUSIVIDADE - RECURSO ESPECIAL PROVIDO. I - Os planos de autogestão, em geral, são administrados paritariamente e no seu conselho deliberativo ou de administração há representantes do órgão ou empresa instituidora e dos associados ou usuários. O objetivo desses planos fechados é baratear o custo, tendo em vista que não visam o lucro e evitam despesas da intermediação. II - Nos planos de saúde fechados, a mensalidade dos associados é um percentual da remuneração, criando um sistema solidário entre os participantes, pois, quem tem maior salário, contribui com mais para o todo, e o custo adicional por dependentes é menor, sendo que em algumas caixas de assistência não há cobrança adicional por dependente. III - A questão ultrapassa a aplicação ou não do Código de Defesa do Consumidor. Nos planos de autogestão, os regulamentos e normas restritivas que buscam a proteção do equilíbrio atuarial e mensalidades de custo menor, não podem ser vistas como cláusulas contratuais abusivas. A relação jurídica desses planos tem peculiaridades, seja na sua constituição, administração, obtenção de receitas e forma de associar-se, completamente diferentes dos contratos firmados com empresas que exploram essa atividade no mercado e visam o lucro. A Lei dos planos de saúde dá

tratamento diferenciado a essa modalidade (Lei 9.656/98 - art. 10, § 3º). IV - O tratamento legal a ser dado na relação jurídica entre os associados e os planos de saúde de autogestão, os chamados planos fechados, não pode ser o mesmo dos planos comuns, sob pena de se criar prejuízos e desequilíbrios que, se não inviabilizarem a instituição, acabarão elevando o ônus dos demais associados, desrespeitando normas e regulamentos que eles próprios criaram para que o plano desse certo. Os associados que seguem e respeitam as normas do plano, arcarão com o prejuízo, pois a fonte de receita é a contribuição dos associados acrescida da patronal ou da instituidora. V - Portanto, as restrições de cobertura ou de ressarcimento a eventos nos planos de autogestão não violam princípios do Código de Defesa do Consumidor. VI - Recurso especial provido (REsp 1.121.067 / PR, Terceira Turma, Rel. Min. Massami Uyeda, DJe de 21/06/2011).

Seguindo esse ponto de vista, resta evidente que a finalidade da entidade e a forma como é gerida influencia de forma direta na escolha do regime que precisa ser aplicado. E quando se trata de união de pessoas por uma meta em comum, tem-se uma relação paritária. Aplicar as diretrizes do Direito do Consumidor nessas relações sem antes sopesar os danos que podem causar principalmente para as associações, contribui para a criação de desequilíbrios e inviabilização do andamento das instituições sem fins lucrativos.

4.1 Das desvantagens da aplicação do CDC

Definir a aplicação do CDC nas relações com associações sem fins lucrativos não é uma tarefa fácil, no momento de investigar o caso concreto, o operador do direito deve se valer não só da identificação da relação existente entre as partes, mas também avaliar sob uma perspectiva principiológica e social.

Nessa linha, observar apenas características gerais sob a ótica do CDC implica enfraquecer as relações entre associação e associado, gerando dificuldades para o andamento da associação, que, por se tratar de entidade filantrópica, não possui a capacidade financeira como uma empresa privada, por exemplo, para conseguir cumprir com todos os encargos procedentes de demandas judiciais.

Percebe-se que uma das maiores desvantagens da aplicação do CDC nas relações com associações sem fins lucrativos é o reconhecimento da desigualdade entre as partes, que é o fundamento principal da relação consumerista e uma vez reconhecida essa relação, todos os institutos protetivos do CDC são aplicados, como exemplo: a inversão do ônus da prova,

repetição do indébito, reconhecimento da responsabilidade objetiva, independentemente da existência de culpa, entre outros.

Segundo Pieroni (2021) os principais contrapontos entre um regime e outro são:

a) o Código Civil de 2002 prestigia a teoria da vontade, enquanto que no Código de Defesa do Consumidor a figura existente é a teoria da declaração; b) no Código Civil de 2002 a responsabilidade objetiva é exceção, enquanto que no Código de Defesa do Consumidor essa é a regra; c) no Código Civil de 2002 está prevista a boa-fé objetiva, enquanto que no Código de Defesa do Consumidor há igual previsão, porém com maior intensidade; d) há o paradigma ético social de que as relações reguladas pelo Código Civil seriam paritárias, enquanto que no Código de Defesa do Consumidor prevalece a proteção do mais fraco; e) no Código Civil de 2002 a regra é a revogabilidade, enquanto que o Código de Defesa do Consumidor prevê a irrevogabilidade como regra; e f) no Código Civil a vinculação é menor, enquanto que no Código de Defesa do Consumidor a vinculação é maior.

Assim sendo, observa-se que, de acordo com o CDC, existe uma grande valorização da boa-fé e máxima atenção às vulnerabilidades do consumidor. Nessa lógica, atribuir às relações paritárias, definidas por natureza jurídica, o aspecto de consumeristas, contribui para o declínio de uma associação e por si só, o seu objetivo final.

Por outro lado, não se deve abandonar totalmente a sua aplicação, isso porque, ao mesmo tempo que existem instituições sérias e que prestam um grande serviço para sociedade, também podem existir instituições que prestem um desserviço. E para tanto, defende-se a aplicação complementar, baseada na teoria do diálogo das fontes.

Considerações finais

As ideias apresentadas ao longo deste trabalho buscaram abordar uma análise sobre a aplicabilidade do Direito do Consumidor nas relações com associações sem fins lucrativos e discutir eventual banalização de sua aplicação.

O tema tem pertinência no âmbito jurídico, vista a grande quantidade de processos julgados apenas sob a ótica do Direito do Consumidor. Foi demonstrado que a simples definição do tripé consumerista (consumidor, fornecedor e produto/serviço) não se mostra suficiente para determinar o que é ou não é uma relação consumerista.

Evidenciou-se que uma norma não se sobrepõe à outra, mas que é necessária uma interpretação principiológica, baseada no diálogo das fontes e na busca pela igualdade material, levando em consideração a natureza jurídica da associação, bem como as condições do caso concreto.

Em linhas gerais, analisou-se a natureza jurídica das associações, bem como o setor social em que se encontram, caracterizando-se como entidades sem fins lucrativos de interesse público, razão pela qual não poderia ser inserida como regra na qualidade de fornecedor de produtos/serviço.

Além disso, demonstrou-se que as associações conseguem se manter com as próprias contribuições dos associados e por meio de doações. Nessa ótica, o conceito de contribuição associativa é diferente de mensalidade, a primeira tem caráter social e a última é o pagamento de fato por algum produto/serviço. Ou seja, as contribuições dos associados têm como principal finalidade a coletividade.

Com relação à abordagem que vem sendo apresentada pelo Tribunais Estaduais, que tem como finalidade desvincular a natureza jurídica de uma associação, discorda-se no sentido de que desprezar a gênese da associação é desconsiderar o seu objetivo principal, o qual tem como base principalmente a promoção do bem comum, enraizada no princípio da liberdade, livre iniciativa e dignidade da pessoa humana.

Finalmente, defende-se que a aplicação do Código de Defesa do Consumidor em detrimento do Código Civil necessita ser analisada com mais cautela, observando os princípios de ambas as normas, fazendo uso do diálogo das fontes e considerando a igualdade material, observando a natureza jurídica da associação, sem a qual não haveria razão de ser, sob pena de relativização da aplicação do Direito do Consumidor.

Referências

ALCARA, M. (2015). **A Evolução do Direito do Consumidor**. Revista Jurídica Direito, Sociedade e Justiça, 1(1). Recuperado de <https://periodicosonline.uems.br/index.php/RJDSJ/article/view/655>.

ALBUQUERQUE, F. **Consumo nos lares brasileiros encerra 2022 com alta de 3,89%**. AgênciaBrasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-01/consumo-nos-lares-brasileiros-encerra-2022-com-alta-de-389>. Acesso em 17 de junho de 2023.

ANUÁRIO DA JUSTIÇA. **Consultor jurídico**. Disponível em: <https://anuario.conjur.com.br/pt-BR/profiles/78592e4622f1-anuario-da-justica/editions/anuario-da-justica-brasil-2022/pages>. Acesso em: 14 de Junho de 2023.

ANDRADE, Fábio Siebeneichler de. **O modelo do Código Civil de 2002 sob a perspectiva das funções atuais da codificação**. In: AZEVEDO, Antônio Junqueira de; TÔRRES, Heleno Taveira; CARBONE, Paolo (Coord.). *Princípios do novo Código Civil brasileiro e outros temas: homenagem a Tullio Ascarelli*. 2. ed. São Paulo: Quartier Latin, 2010. pág. 167.

BRASIL. Presidente da República. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Constituição Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 09 de junho de 2023.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. VI Jornada de Direito do Consumidor. **Enunciado 534**. Brasília, 11 e 12 mar., 2013. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/145>. Acesso em: 07 de julho de 2023.

BRASIL. Vade Mecum. Organização dos textos por Livia Céspedes e Fabiana Dias da Rocha. 17. ed. São Paulo: Saraiva, 2019. (Legislação brasileira).

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Código Civil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 07 de julho de 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 14 de junho de 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 9.790 de 23 de março de 1999**. Dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, institui e disciplina o Termo de Parceria, e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19790.htm. Acesso em: 09 de junho de 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 9.532 de 10 de dezembro de 1997**. Altera a legislação tributária federal e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19532.htm. Acesso em: 09 de junho de 2023.

BRASIL. Presidência da República. Lei nº 6.015 de 31 de dezembro de 1973. Dispõe sobre os registros públicos, e dá outras providências. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6015compilada.htm#\(%20*%20\)](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6015compilada.htm#(%20*%20)). Acesso em: 09 de junho de 2023.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 13.151, de 28 de julho de 2015**. Altera os arts. 62, 66 e 67 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, o art. 12 da Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997, o art. 1º da Lei nº 91, de 28 de agosto de 1935, e o art. 29 da Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, para dispor sobre a finalidade das fundações, o prazo para manifestação do Ministério Público sobre suas alterações estatutárias e a remuneração dos seus dirigentes; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2015/lei/113151.htm. Acesso em: 13 de junho de 2023.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Súmula 608. Aplica-se o Código de Defesa do Consumidor aos contratos de plano de saúde, salvo os administrados por entidades de autogestão. Brasília, DF: Superior Tribunal de Justiça, (2018). Disponível em: https://www.stj.jus.br/internet_docs/biblioteca/clippinglegislacao/Sumula_608_2018_segunda_secao.pdf. Acesso em 23 de junho de 2023.

FALCONER, A. P. **A promessa do terceiro setor: um estudo sobre a construção do Papel das Organizações Sem Fins Lucrativos e do seu Campo de Gestão**. Dissertação de mestrado – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, pág. 8.

FERNANDES, Rubem César (1994). **Privado, porém público – o terceiro setor na América Latina**. Rio de Janeiro, Relume Dumará/Civicus, pág. 11.

LEONARDO, R. X. O CDC é aplicável às associações sem fins lucrativos?. Consultor Jurídico. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2015-jul-06/direito-civil-atual-cdc-aplicavel-associacoes-fins-economicos>. Acesso em 19 de junho de 2023.

MATOS, L. **Brasil ocupa primeiro lugar no ranking mundial de crescimento do e-commerce, aponta estudo**. BusinessTimes. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/brasil-ocupa-primeiro-lugar-no-ranking-mundial-de-crescimento-do-e-commerce-aponta-estudo/>. Acesso em: 13 de junho de 2023.

MELCHOR, P. O que é uma associação sem fins lucrativos? Como constituir e como é tributada?. **Diabetes Brasil**, São Paulo. Disponível em: <https://adj.org.br/associacoes/como-fundar-uma-associacao/>. Acesso em: 09 de junho de 2023.

MENDES, C. A. **Associações de classe empresarial: assimetria de poder e risco de disfunção**. Dissertação de mestrado - - Fundação Getulio Vargas, Escola de Direito de São Paulo, p.41.

MELLO, C. A. B. **O conteúdo jurídico do princípio da igualdade**. 3.ed. atualizada, 8ª triagem. Malheiros editora, 2015.

NETTO, R. B. **O consumidor para além do seu conceito jurídico: contribuições da filosofia, sociologia e antropologia**. Dissertação de mestrado – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pág. 29, p.48, pág. 50.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 12. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

PIERONI, Aline Martinez. **Princípios gerais e princípios contratuais: Código Civil x Código de Defesa do Consumidor**. *Revista Brasileira de Direito Civil – RBDCivil*, Belo Horizonte, v. 28, p. 43-75, abr./jun. 2021.

PRADO, S. M. **Da teoria do diálogo das fontes**. Migalhas. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/171735/da-teoria-do-dialogo-das-fontes>. Acesso em: 16 de junho de 2023.

SILVA, J. G. R. P. **Coleção Carreiras jurídicas - Direito do Consumidor**. 1ª edição Brasília CP Iuris 2020.

STJ. RECURSO ESPECIAL: 1.121.067, Terceira Turma. Relator: Min. Massami Uyeda, data do julgamento 21 de julho de 2011. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/>. Acesso em 23 de junho de 2023.

TORRELLY, P. P. **O princípio da isonomia (igualdade jurídica)**. Direitos fundamentais & justiça nº 3 – ABR./JUN. 2008.

TJSP. APELAÇÃO CÍVEL: 2023.0000317044, 26ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo. Relator: Felipe Ferreira, data do julgamento: 20 de abril de 2023. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/consultaCompleta.do?f=1>. Acesso em 22 de junho de 2023.

TJSP. APELAÇÃO CÍVEL: 2023.0000274597, 7ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo. Relator: Fernando Reverendo Vidal Akaqui, data do julgamento: 04 de abril de 2023. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/consultaCompleta.do?f=1>. Acesso em 22 de junho de 2023.

TJDFT. RECURSO INOMINADO: 1142669, Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal. Relator: Aiston Henrique de Sousa, data do julgamento: 06 de dezembro de 2023. Disponível em: <https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj?visaoId=tjdf.sistj.acordaoeletronico.buscaindexada.apresentacao.VisaoBuscaAcordao>. Acesso em 22 de junho de 2023.