



**UNIVERSIDADE TIRADENTES- UNIT**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – ARTIGO CIENTÍFICO**

**A POSSIBILIDADE DE APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR  
AOS SERVIÇOS PÚBLICOS**

Aluno: Gercino Vanderlei de Freitas Neto  
Professor: Msc. Diogo de Calasans Melo Andrade

**Aracaju**  
**2015**

**GERCINO VANDERLEI DE FREITAS NETO**

**A POSSIBILIDADE DE APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR  
AOS SERVIÇOS PÚBLICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso – Artigo –  
apresentado ao Curso de Direito da UNIT,  
como requisito parcial para obtenção do grau  
de bacharel em Direito.

**Aprovado em: \_\_/\_\_/\_\_.**

**Banca Examinadora**

---

**Professor Orientador**  
**Universidade Tiradentes**

---

**Professor Examinador**  
**Universidade Tiradentes**

---

**Professor Examinador**  
**Universidade Tiradentes**

# A POSSIBILIDADE DE APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS SERVIÇOS PÚBLICOS

Gercino Vanderlei de Freitas Neto<sup>1</sup>

## RESUMO

O presente artigo versará sobre a aplicabilidade do Direito Consumerista ao Setor Público, analisando assim se tal possibilidade tem amparo jurídico. O método hipotético- dedutivo, bem como a pesquisa bibliográfica foram imprescindíveis para a construção desse trabalho, que por sua vez, foi dividido em três seções. A primeira delas retrata sobre a realidade publicista, com a explanação do que viria a ser Serviço Público e demonstração dos princípios norteadores da Administração Pública. Em seguida, tem-se uma explanação sobre o Direito Consumerista, com a exposição de suas características, bem como dos integrantes da seara privatista. relação de consumo. E para finalizar, será defendida a possibilidade de adequação do Direito Público ao Privado, quando houver comprovada relação de consumo.

**Palavras- chave:** Consumidor, Serviço Público, Adequação.

---

<sup>1</sup> Graduando em Direito pela Universidade Tiradentes.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo versará sobre a possibilidade de aplicação do Direito Consumerista ao Serviço Público, mostrando assim se há compatibilidade entre esses dois ramos do Direito: privado e público.

Esse tema foi escolhido em virtude da atualidade e do grande papel e influencia da economia em todos os setores da sociedade, não podendo ser diferente na seara jurídica, demonstrando assim a ligação dessa problemática com a política econômica liberal. Fato que torna imprescindível a utilização de fontes não só doutrinárias como também judiciais, a fim de mostrar a atuação desse novo instituto nascido no meio jurídico, no cotidiano social.

Para a elaboração do presente artigo foi utilizada a metodologia de pesquisa e busca de informações para que pudesse ser feito um estudo ordenado e sólido do que foi proposto.

Foi a partir de conceituações e definições generalizadas, como definição do que viria a ser serviço público e o Direito Consumerista, que houve a possibilidade de adequação e restrição do tema suscitado. E é nisso que se baseia o método hipotético-dedutivo. Além disso, a contraposição das diversas opiniões acerca do tema, da demonstração de argumentos favoráveis para construção da tese e do alcance de sínteses como resultados desse confronto evidenciam a concomitância da utilização do método dialético.

A técnica de pesquisa empregada foi a bibliográfica, com base em consultas a diversos livros e suas teorias, que foram introduzidas, explicadas e comentadas no decorrer da monografia, sendo expostos de forma organizada os diversos conhecimentos sobre o assunto.

No que se refere ao referencial teórico, buscou-se a consolidação das ideias expostas dialogando principalmente com Maria Sylvia Zanella Di Pietro (2006), Alexandre Santos de Aragão (2008), bem como com Elaine Cardoso de Matos Novais (2008).

O tema em debate foi seccionado em três capítulos, em que se tem num primeiro instante, uma análise do que viria a ser serviço público, bem como sua classificação e uma breve explanação dos princípios que regem a Administração Pública, como forma de tornar essa análise inicial do ramo público consolidada.

No capítulo posterior, será evidenciada a ótica privada, com a explicação do que viria a ser Direito Consumerista, com exposição de suas características e de seus integrantes, que são os motivadores de sua caracterização.

O último capítulo adentra no tema proposto, com a resolução da problemática, demonstrando se pode ocorrer a possibilidade de utilização do Direito Consumerista ao serviço público, sem violação a preceitos básicos estipulados no ordenamento jurídico.

Portanto, esse estudo nasceu da relevante necessidade de demonstrar que ramos distintos do direito, podem estabelecer uma relação equilibrada, desde que sejam observados e respeitados valores basilares não tão somente de cada ramo suscitado e questionado, mas de todo ordenamento jurídico.

## **2 SERVIÇO PÚBLICO**

Como bem relatado, se faz importante uma sucinta explanação sobre o que viria a ser o serviço público, para que a problemática em questão seja melhor discutida e assimilada.

### **2.1 Conceito do Serviço Público**

O serviço público leva a um conceito historicamente bastante amplo, oriundo de uma matriz francesa, que diz ser toda e qualquer atividade exercida pelo Estado, tendo como interesse maior o bem-estar da coletividade. (ARAGÃO, 2009, p. 8)

Portanto, toda atividade de oferecimento de utilidade e comodidade material, destinada à satisfação da coletividade, em que o Estado assume como pertinente a seus deveres, sob um regime de direito público, total ou parcialmente, deve ser assim chamada de serviço público.

Ainda segundo o doutrinador Alexandre Santos de Aragão, o que deve ser realmente levado em consideração quando da caracterização do serviço público, não é o interesse coletivo, mas o regime jurídico adotado:

O fundamento da atividade estatal de bem comum, não deve ter muita importância para conceituação do que viria a ser serviço público. Até porque, toda atividade estatal de qualquer um dos Poderes, possui, de uma maneira ou de outra, essa característica. O foco deve ser dado, portanto, no regime jurídico. (2009, p.9)

Segundo também Maria Sylvia Zanella Di Pietro , o serviço público é definido da seguinte maneira:

Toda atividade material que a lei atribui ao Estado para que a exerça diretamente ou por meio de seus delegados, com o objetivo de satisfazer concretamente as necessidades coletivas, sob regime jurídico total ou parcialmente público. (2006, p.90)

Ou seja, toda atividade de oferecimento de utilidade ou comodidade material destinada a satisfação da coletividade em geral, mas fruível singularmente pelos administrados, que o Estado assume como pertinente a seus deveres e presta por si mesmo ou por quem lhe faça as vezes, sob um regime de Direito Público- portanto consagrador de prerrogativas de supremacia e de restrições especiais, instituído em favor dos interesses definidos como públicos no sistema normativo. (DE MELLO, 2001, p.600).

A noção de serviço público variou no tempo, ampliando a sua abrangência, incluindo atividades comerciais, industriais e sociais, assim como no espaço pois depende da legislação de cada país ter uma maior ou menor abrangência de atividades consideradas serviços públicos. (BRANCO, 2011, p.5).

Isso é provado devido a sua grande capacidade de mudança, quando analisa-se tempo e espaço, não havendo assim uma definição estanque para o que viria a ser o serviço público. (BORTOLETO, 2014, p.565)

Como pôde ser percebido, não é apenas o zelo pelo bem-estar da coletividade que caratriza um serviço como público em sua essência, mas o regime jurídico adotado pelo mesmo, devendo ser assim, total ou parcialmente público.

## 2.2 Classificação do Serviço Público

É importante salientar que muitas são as classificações utilizadas para o serviço público, mas o presente estudo irá se restringir a mais completa e aceita no ordenamento jurídico, classificação de Helly Lopes Meirelles, e são divididos em cinco grandes grupos: quanto à essencialidade; quanto à adequação, quanto à finalidade e, por fim, quanto aos destinatários.

Segundo Leandro Bortoleto, quando se analisa o aspecto essencialidade:

Os serviços públicos podem ser divididos em: serviços públicos propriamente ditos, que acontece quando os serviços prestados para a coletividade não podem ser delegados; e os serviços de utilidade pública que não são considerados como essenciais e que servem

para ajudar na administração, podendo assim ser delegados. (2014, p. 567)

Quando se analisa pela ótica da adequação , os serviços públicos podem ser próprios, que são aqueles que se relacionam intimamente com as atribuições do Poder Público (segurança, polícia, higiene e saúde públicas etc.) e para a execução dos quais a Administração usa da sua supremacia sobre os administrados. E os serviços impróprios do Estado são os que não afetam substancialmente as necessidades da comunidade, mas satisfazem interesses comuns de seus membros, e, por isso, a Administração os presta remuneradamente, por seus órgãos ou entidades descentralizadas (autarquias, empresas públicas, sociedades de economia mista, fundações governamentais), ou delega sua prestação a concessionários ou permissionários. (BOLZAN, 2012)

Quando o aspecto a ser visto é a finalidade, tem-se os serviços administrativos: em que a administração utiliza para satisfazer suas próprias necessidades e os serviços industriais, que são aqueles que produzem renda para os seus executores, sendo a remuneração a tarifa ou o preço unitário. (BORTOLETO, 2014, p.567)

Segundo ainda o doutrinador Fabricio Bolzan (2012), quando se analisa o serviço público pela ótica dos usuários ou destinatários: “Tem-se os serviços gerais ou *uti universi* , em que não se tem um destinatário específico, mas a própria coletividade, e os serviços individuais ou *uti singuli*, que são aqueles em que os usuários são determinados, individualizados.”

Portanto, os serviços públicos podem ser vistos por diversas óticas e a depender do aspecto escolhido, ele pode exercer funções diferentes, mas não deixando de ter sempre uma conexão.

### 2.3 Os princípios constitucionais administrativos.

Há de se alertar que os princípios constitucionais administrativos estão presentes no artigo 37 da CF/88, sendo eles: Legalidade, Impessoalidade, Moralidade, Publicidade e Eficiência. É importante ressaltar que o princípio da eficácia somente fora inserido, quando da realização da Emenda Constitucional nº18/98.

Portanto, os princípios jurídicos são valores, ideias que transmitem o subjetivismo e a peculiaridade de cada relação. Sem eles, ficaria difícil estabelecer um alcance ou até um sentido abrangente de todas as regras existentes no ordenamento jurídico.

### 2.3.1 O Princípio da Legalidade

A doutrinadora Maria Bernadete Miranda descreve a distinção de legalidade para os particulares e para a Administração Pública, observe a seguinte assertiva:

A legalidade, como princípio da administração significa que o administrador público está, em toda sua atividade funcional, sujeito aos mandamentos da lei e as exigências do bem comum, e deles não se pode afastar ou desviar, sob pena de praticar ato inválido e expor-se a responsabilidade disciplina, civil e criminal, conforme o caso. Em decorrência do princípio da legalidade, é costumeira a afirmação de que a Administração Pública não pode agir contra a lei ou além da lei, só podendo agir nos estritos limites da lei. Ou seja, diferentemente do indivíduo que é livre para agir, podendo fazer tudo que a lei não proíbe, a administração, somente poderá fazer o que a lei manda ou permite. (2008).

Ou seja, fica evidente a diferença exposta: para os particulares a única exigência é fazer tudo aquilo que a lei não proíba, já para a Administração Pública, a ação só pode ser definida quando a lei assim autorizar.

### 2.3.2 O Princípio da Impessoalidade

Quando se fala em princípio da impessoalidade vem a tona algumas críticas, pois diversos doutrinadores defendem a ideia de que esse princípio é o reflexo do princípio da igualdade, não havendo necessidade de outra titularização. Porém, isso não se porta como uma teoria pacificada.

Segundo José dos Santos Carvalho Filho, a isonomia se estabelece com a igualdade de tratamento proporcionada pelo Estado, sem privilégios direcionados:

Esse princípio objetiva a igualdade de tratamento que a Administração deve dispensar aos administrados que se encontrem em situação jurídica idêntica. Nesse ponto, representa uma faceta do princípio da isonomia. Por outro lado, para que haja uma verdadeira impessoalidade deve a administração pública voltar-se exclusivamente para o interesse público e não para o privado, vedando-se em consequência, que sejam favorecidos alguns em detrimentos de outros.(2011)

Portanto, esse princípio serve como parâmetro para uma Administração de todos, sem diferenciações ou ações direcionadas a um determinado grupo, mas com atitudes generalizadas, que tenham por objetivo primordial o bem comum, ou seja, da coletividade.

### 2.3.3 O Princípio da Moralidade

Esse princípio é considerado como um dos mais importantes preceitos da Administração Pública, pois ele carrega consigo todo significado de atitudes que não devem ser dispensadas pelo administrador do Poder Público.

Como bem salienta a doutrinadora Maria Sylvia Zanella Di Pietro:

Certamente, com o objetivo de sujeitar ao exame judicial a moralidade administrativa é que o desvio de finalidade passou a ser visto como hipótese de ilegalidade, sujeita assim ao controle judicial. Ainda que, no desvio do poder, o vício esteja na consciência ou intenção de quem pratica o ato, a matéria passou a inserir-se no próprio conceito de legalidade administrativa. O direito ampliou o seu círculo para abranger matéria que antes dizia respeito apenas à moral. (2012)

Portanto, o que se percebe é que a moralidade tem íntima relação com a Ética e a Justiça, funcionando como uma diretriz de comportamento do gestor do interesse público.

### 2.3.4 O Princípio da Publicidade

Como bem traduz, a publicidade existe para tornar de conhecimento de todos os atos da Administração Pública, já que os mesmos são feitos unicamente com a intenção de concretizar ações em favor da coletividade.

Segundo Alexandre Magno Moreira:

A Constituição garante aos indivíduos o direito à privacidade e à intimidade, ou seja, cada pessoa tem o direito de isolar parte da sua vida do conhecimento alheio. Esses direitos não se aplicam aos agentes públicos quando atuam no exercício de suas funções. A administração pública tem o dever de transparência, isto é, seus atos devem ser levados ao conhecimento da população (2009).

Esse princípio veio para dar mais transparência e comunicação dos atos públicos, pois como são feitos em favor do interesse público, todos os cidadãos têm o direito de saber em que ações o Poder Público tem direcionado a renda arrecada, servindo assim como um ato de fiscalização e controle.

### 2.3.5 O Princípio da Eficiência

É importante saber que esse princípio surgiu apenas com a Emenda nº 19/98, e tem por característica primordial o alcance de um maior desempenho do Serviço Público, tentando combater a morosidade proporcionada pela burocracia estatal.

Esse princípio também previsto no artigo 37 da Constituição Federal de 1988, fora incluindo no texto molar pela emenda constitucional 19/98. E ele apresenta, na verdade, dois aspectos: o modo de atuação do agente público, do qual se espera um melhor desempenho, e o modo de organizar, estruturar e disciplinar a administração pública, também com o objetivo de alcançar os melhores resultados na prestação do serviço público (CARVALHO, 2011).

Ou seja, ele veio com a intenção primeira de aperfeiçoar os serviços públicos, otimizando o tempo e buscando resultados mais satisfatórios, atendendo, conseqüentemente, ao interesse público.

## 3 DO DIREITO CONSUMERISTA

Nessa etapa será analisada a seara do Direito do Consumidor, verificando as principais características, bem como os princípios mais importantes e essenciais para o estabelecimento de uma relação consumerista.

### 3.1 Aspectos Gerais

O Direito do Consumidor surgiu no momento em que se verificou desigualdade na relação entre consumidor e o fornecedor. Servindo como ferramenta importante na regulamentação das relações jurídicas oriundas da contratação em massa. (LOURECENTTI, 2009)

Como bem salienta Pablo Jimenez Serrano, que discorre sobre a essência do Direito Consumerista:

Direito que surgiu a partir do interesse de se criar uma legislação jurídica eficiente e coerente que possibilitasse a proteção do consumidor nas relações de consumo, proteção do hipossuficiente. Relação marcada pelo consumismo que tornou-se parte integrante das sociedades modernas, principalmente no mundo pós segunda guerra mundial, mundo este marcado pela estandardização do contrato, a qual impossibilita a livre discussão das cláusulas contratuais. (2003, p.2)

Ou seja, o que se percebe é o que o Direito do consumidor surgiu como uma necessidade da sociedade moderna, necessidade de amparo das novas relações jurídicas desproporcionais, as então relações de consumo.

A ideia de regramento de comportamentos e obrigações a serem realizados durante e após as relações de consumo não é recente como alguns podem acreditar; pode-se, pois, encontrar normas que tinham a intenção de proteger o consumidor em um dos mais antigos registros de documentos jurídicos que se tem notícia, o Código de Hammurabi.(NORAT, 2011)

O Código de Defesa do Consumidor, a então Lei nº 8090/90 veio para adequar as relações de consumo, distinguindo assim as principais peças dessa relação: o consumidor, o fornecedor, o produto e o serviço.

Se faz importante salientar, que a Constituição cidadã também veio a garantir esse direito, o que elevando a uma garantia constitucional:

Art .5 . ( . . . ) XXXII – o Estado promoverá , na forma da lei , a defesa do consumidor . Art .170 . 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: ( . . . ) V – a defesa do consumidor. (BRASIL, 1988)

O Código de Defesa do Consumidor constitui verdadeiramente uma lei de função social , lei de ordem pública e econômica , de origem constitucional . Esta lei de função social intervém de maneira imperativa em relações jurídicas de direito privado . São normas de interesse social , cuja finalidade é impor uma nova conduta, transformar a realidade social . (CARVALHO, 2011)

Ou seja, ele serve principalmente para suprir as insuficiências do Direito Civil, preencher lacunas jurídicas existentes ao se tratar de uma relação de consumo utilizando o Código Civil, lacunas estas, que impedem uma justa proteção do consumidor frente os fornecedores de produtos e serviços. (LOURENCETTI, 2009)

Portanto, o que se percebe é que esse ramo do direito surgiu como uma adequação quanto as necessidades de uma nova sociedade consumista, e que veio a ser amplamente garantido pela Constituição Federal, o elevando a categoria de Direito fundamental.

### 3.2 Integrantes da relação de consumo

Para se entender a fundo sobre o Direito do Consumidor é necessário analisar os integrantes, as peças fundamentais que dão existência a uma relação de consumo.

### 3.2.1 O conceito de Consumidor

O conceito de consumidor passa pela definição disposta no art. 2º do CDC, segundo o qual, consumidor “é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Sendo assim, são três os elementos que compõem o conceito de consumidor. O primeiro deles é o subjetivo (pessoa física ou jurídica), o segundo é o objetivo (aquisição de produtos ou serviços) e o terceiro e último é o teleológico (a finalidade pretendida com a aquisição de produto ou serviço) caracterizado pela expressão destinatário final. (GARCIA, 2014)

Assim, pode-se determinar que o consumidor possa ser uma pessoa física, uma pessoa jurídica ou, até mesmo, por meio de equiparação, a coletividade de pessoas, independente de serem determináveis ou não, que adquirem ou utilizam produtos ou serviços, para o seu próprio benefício ou de outrem. (NORAT, 2011)

Segundo Erick Lourencetti quando se fala em consumidor, há de ser analisada duas correntes doutrinárias que o definem:

Existem duas correntes doutrinárias que se dedicam ao tema, a teoria finalista e a teoria maximalista. Em linhas gerais, a teoria finalista é restritiva, ela sugere um conceito econômico de consumidor. Para ela, não basta ser o destinatário final fático ou adquirente do bem ou serviço, o consumidor deve ser aquele que é o destinatário final econômico do bem ou serviço. Para essa teoria a qualidade das partes é critério para identificar o consumidor. A teoria maximalista ou objetiva, também em linhas gerais, adota um conceito jurídico-objetivo de consumidor, dando uma interpretação ampla a destinatário final. Para esta teoria, ele encerra objetivamente a cadeia produtiva. Para ela não importa a finalidade do ato de consumo. (2009, p. 10)

Ou seja, apesar dessa divergência doutrinária entre as teorias finalistas e maximalista, o Código de Defesa do Consumidor adotou a teoria finalista, a mais restritiva, que sugere apenas uma destinação econômica.

### 3.2.2 O conceito de Fornecedor

Já o conceito de fornecedor é conceituado pelo artigo 3º, caput, do nosso Código de Defesa do Consumidor. Através da leitura do caput desse artigo já é possível se verificar o que é um fornecedor, nos dá um panorama das pessoas enumeradas como fornecedoras. O referido caput do referido artigo diz o seguinte: “Fornecedor é toda pessoa física ou jurídicas, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.” (LOURECENTTI, 2009)

Segundo Marcos Samuel Leite Norat, que relata sobre a amplitude no conceito de fornecedor:

Justamente pela obrigatoriedade da existência de um fornecedor para que o consumidor possa ser tutelado pelos efeitos do Código de Defesa do Consumidor, é que a definição de fornecedor recebe tanta amplitude. O Código determina que fornecedor seria aquela pessoa que desempenha atividade de produzir, montar, criar, construir, transformar, importar, exportar, distribuir ou comercializar produtos ou prestar serviços. Sendo assim, é fornecedor aquele que coloca produtos ou serviços à disposição no mercado de consumo, desde que de forma habitual. (2011)

A palavra profissionalmente baliza a característica básica do fornecedor: a habitualidade. Esta habitualidade ao fornecimento é essencial para a caracterização do fornecedor, pois quem pratica esporadicamente o fornecimento de produtos ou serviços não é fornecedor no sentido jurídico, mas simplesmente no sentido econômico, devendo, para efeitos jurídicos, ser considerado mero praticante de atos civis isolados. Daí a lei, ao caracterizar o fornecedor fez menção a sua atividade, excluindo aqueles que praticam estes atos isolados. (CARVALHO, 2010)

Ainda sobre a relação de consumo tem-se ainda dois elementos a serem analisados e explicitados: o que viria a ser produto e o que viria a ser, conseqüentemente serviços, para um entendimento completo desse tipo de relação jurídica.

### 3.2.3 O conceito de produto

Nos Código de Defesa do Consumidor definiu produto no parágrafo primeiro do artigo 3º. Segundo este artigo, produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. A utilização do termo móvel ou imóvel, nos remete ao mesmo

significado adotado pelo Código Civil. Interpretando de forma sistemática pode-se observar também como qualquer bem durável e não durável, por força do artigo 26 do Código de Defesa do Consumidor. (LOURECENTTI, 2009)

Produto é a consequência da produção, é a coisa que foi fabricada para ser colocada no mercado de consumo, tornando-se, por subsecutivo, o direito do consumidor e a obrigação do fornecedor no processo da relação jurídica de consumo. (NORAT, 2011)

Não foi objetivo do legislador limitar o que seria “produto”. Pelo contrário, contemplou as diversas formas possíveis, inserindo tanto os móveis (carros, objetos em geral etc.), como os imóveis (apartamentos etc.). Não bastasse, ainda contemplou, ao lado dos materiais, os imateriais, como os programas de computador, por exemplo. (GARCIA, 2014)

Elaine Cardoso de Matos Novais ainda relata sobre a característica da gratuidade do produto:

O produto faz com que ocorra a desnecessidade de remuneração para que o bem venha a ser considerado objeto da relação de consumo. Daí decorre que qualquer bem repassado pelo fornecedor ao consumidor no mercado, não obstante sua gratuidade, ensejará a incidência do microsistema das relações de consumo. Nisso tem-se as amostras grátis que não eximem o fornecedor de danos que venham causar aos consumidores. (2008, p.122)

Ou seja, os produtos aparecem como objetos de interesses almeçados por fornecedores e consumidores, constituindo assim, como um dos elementos objetivos apontados pelo legislador para apontar a relação de consumo.

#### 3.2.4 O conceito de serviços

Já o serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração (art. 3º, § 2º). Segundo o artigo, estariam excluídas da tutela consumerista aquelas atividades desempenhadas a título gratuito, como as feitas de favores ou por parentesco (serviço puramente gratuito). Mas é preciso ter cuidado para verificar se o fornecedor não está tendo uma remuneração indireta na relação (serviço aparentemente gratuito). Assim, alguns serviços, embora sejam gratuitos, estão abrangidos pelo CDC, uma vez que o fornecedor está de alguma forma sendo remunerado pelo serviço. (GARCIA, 2014)

O rol trazido no referido parágrafo visa dirimir qualquer dúvida no que diz respeito à relação de consumo no que se refere aos serviços ali mencionados.

Tentou o legislador se precaver de que bancos, financeiras e empresas de seguro conseguissem fugir do âmbito de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, o que causou bastante divergências até que em 2004 o Superior Tribunal de Justiça teve que editar a súmula 297 dizendo que o Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras. (LOURECENTTI, 2009)

Ou seja, diante do exposto, percebe-se que a diferenciação de cada integrante se faz por essencial para um entendimento completo da relação consumerista existente.

### 3.3 Princípios basilares da relação consumerista

A importância dos princípios para a existência e prosseguimento de qualquer relação jurídica é indiscutível, pois eles são a “bússola” que direcionam o aspecto subjetivo, tornando assim toda ação e resultado mais equilibrados.

#### 3.3.1 Princípio da vulnerabilidade

A proteção diferenciada ao consumidor justifica-se no interesse de se alcançar uma justiça substancial e equilibrada na relação de consumo entre o consumidor e o fornecedor, que detém o poder de controle sobre os bens de produção. (NOVAIS, 2008)

O princípio da vulnerabilidade do consumidor é a caracterização absoluta do consumidor como sendo ente vulnerável, sendo essa uma premissa básica e indispensável para a harmonização e equilíbrio nas relações de consumo.

Ou seja, esse princípio é o responsável pela difusão do direito do consumidor: a vulnerabilidade da parte mais fraca de consumo, servindo assim como uma forma de manter a relação até então desproporcional, com uma visão equilibrada.

#### 3.3.2 Princípio do dever governamental

A atuação do Estado no sentido de viabilizar a proteção do consumidor decorre do próprio mandamento constitucional, o qual se ampara a criação de órgãos voltados para a defesa do consumidor, como o Procon e o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor ligado ao Ministério da Justiça. (NOVAIS, 2008)

Esse princípio está contido no inciso II do artigo 4º e permite o Estado intervir diretamente para proteção do consumidor, para assegurar-lhe tanto o acesso a produtos e serviços como para garantir a qualidade e adequação destes. (LOURENCETTI, 2009)

Portanto, o Estado também se torna responsável pela efetividade e aplicabilidade do Direito do consumidor, funcionando como mais uma ferramenta de segurança jurídica.

### 3.3.3 Princípio da garantia de adequação

Esse princípio visa garantir a utilização do binômio segurança e qualidade, de modo a garantir as reais necessidades dos consumidores, sem violação a sua dignidade, saúde e segurança. (NOVAIS, 2008)

Dessa forma, “o produtor deve garantir que as mercadorias, além de uma performance adequada aos fins a que se destinam, tenham duração e confiabilidade.” (LOURENCETTI, 2009)

Ou seja, devem ser garantidos esses requisitos básicos para que nenhum direito do consumidor venha a ser transgredido, para que a relação jurídica venha a ser julgada como correta e justa.

### 3.3.4 Princípio da harmonia do mercado de consumo

Esse princípio se assenta sobre outros também tão importantes quanto: o da boa-fé objetiva e do equilíbrio econômico e jurídico entre fornecedor e consumidor. (NOVAIS, 2008)

Ou seja, ele faz parte da gama de princípios gerais do consumidor, atuando de forma a garantir um equilíbrio entre a relação empresa/consumidor, levando-se em conta a vulnerabilidade do consumidor, porém não fazendo uso de abuso de seus direitos. Para se obter o equilíbrio deve-se adotar os princípios da seriedade, da igualdade e da boa-fé. (GOTTEL, 2008)

Portanto, como bem ressalta o nome do princípio, ele preza pela igualdade de possibilidades entre as partes, pelo equilíbrio da relação jurídica, com o interesse primordial de alcançar a satisfação geral de maneira justa e coerente.

### 3.3.5 Princípio da boa-fé objetiva

A boa-fé objetiva consiste no fundamento para o direito de informação e de todos os deveres secundários decorrentes das relações negociais, como os deveres de lealdade, de cooperação mútua e de assistência técnica. (NOVAIS, 2008)

Segundo Amanda Thais Zanchi de Souza:

É o princípio máximo orientador do Código de Defesa do Consumidor e basilar de toda a conduta contratual que traz a idéia de cooperação, respeito e fidelidade nas relações contratuais. Refere-se aquela conduta que se espera das partes contratantes, com base na lealdade, de sorte que toda cláusula que infringir esse princípio é considerada, *ex lege* como abusiva. Isso porque o artigo 51, XV do Código de Defesa do Consumidor diz serem abusivas as cláusulas que “*estejam em desacordo com o sistema de proteção do consumidor*”, dentro do qual se insere tal princípio por expressa disposição do artigo 4º, *caput* e inciso III . (2005)

Ou seja, esse princípio não se porta como uma novidade, já que se faz como regra básica em diversos ramos da ciência jurídica, principalmente o Direito Civil.

### 3.3.6 Princípio do equilíbrio econômico e jurídico

Esse princípio visa a permanência do equilíbrio da relação, autorizando assim, quando fatores externos e internos a relação atrapalharem, a existência de cláusula que mantenha esse equilíbrio.

Vale salientar que essa cláusula não precisa ser por motivo imprevisível ou excepcional, como bem exige a doutrina civilista, mas apenas ser ulterior à formação do pacto apto a abalar o equilíbrio contratual. (NOVAIS, 2008)

Portanto, como bem dito, o que se busca é uma relação contratual o mais justa, coerente e correta possível

### 3.3.7 Princípio da informação

O direito à informação relaciona-se diretamente com o direito à educação do consumidor, recaindo as tarefas de promover a educação e informação daquele sobre o Estado, empresas, órgãos públicos e entidades.( NOVAIS , 2008)

Ou seja, todos os princípios relacionam-se com a possibilidade de adequação de uma relação equilibrada e justa.

### 3.3.8 Princípio do acesso à justiça

Segundo Elaine Cardoso de Matos Novais (2008), no que se refere a esse princípio: “Ele deve ser entendido como uma forma de abranger todos os mecanismos capazes de assegurar a efetiva defesa de direitos, uma vez que a titularidade de direitos é destituída de sentido, na ausência de mecanismos para sua efetiva reivindicação.”

Portanto, percebe-se que todos os princípios mencionados acima possuem uma interligação, visto que têm a função de regular essas relações da maneira mais benéfica para o consumidor, parte hipossuficiente da relação, sem prejudicar também a parte empreendedora.

## **4 A POSSIBILIDADE DE APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS SERVIÇOS PÚBLICOS**

Este capítulo versará sobre o tema em foco, ou seja, retratará sobre a possibilidade de aplicação do Código de Defesa do Consumidor na Administração Pública, adentrando assim nas possíveis situações.

Apesar desses dois institutos focarem no cidadão, o perfil analisado por cada uma delas é bastante díspare. A visão do direito consumerista visa a proteção do cidadão como parte hipossuficiente na relação de consumo. Já o lado público visa a proteção do cidadão como coletividade, garantindo assim a prestação de determinadas atividades.

Muitos doutrinadores salientam que a existência dessa interação entre o setor público e privado tem íntima relação com o aspecto econômico, com a liberalização atual, como uma forma de se adequar aos novos padrões.

O Código de Defesa do Consumidor tornou esse questionamento possível diante das possibilidades existentes e amparadas legalmente. Fato que fez surgir a indagação de uma alternativa razoável e justa para as partes. Mas, que também se tornou alvo de inúmeros questionamentos.

Será que o serviço público deve ser apenas abordado e conceituado na seara do Direito Administrativo? Ou será que diante da evolução econômica deve ser dada a ele uma nova acepção, com um novo estudo que adentre na seara consumerista?

#### 4.1 A relação entre o Código de Defesa do Consumidor e o Serviço Público.

Antes de adentrar na resolução da problemática em tela, faz-se importante relatar a existência de uma relação entre o Código de Defesa do Consumidor e o Serviço Público.

A lei 8.078/90 remete vários artigos ao serviço público, deixando claro que a legislação consumerista incide sobre os serviços públicos, mas é nítido que essa relação não acontece em sua integralidade, existindo casos, portanto, em que ocorre a evidente inaplicabilidade. (NOVAIS, 2008)

Conforme Carla Frade de Paula Castro, que retrata sobre a relação consumidor e aspecto econômico:

Com o movimento de liberalização econômica, ocorrido a partir da década de 1980, a concorrência é inserida na prestação dos serviços públicos, que passaram a ser atividades regidas – total ou parcialmente – pelo mercado. Como consequência, tem-se por necessária a aplicação, pelo menos em parte, do direito do consumidor, o qual constitui um dos pilares da disciplina jurídica do mercado.(2013)

A aplicação do Direito do Consumidor aos serviços públicos é uma decorrência fundamental do movimento de liberalização econômica, pois apenas um serviço público liberalizado sujeito à lógica econômica da concorrência, haver-se-ia de cogitar a sua aplicação, em menor ou maior escala, do direito comum de proteção ao consumidor.(ARAGÃO, 2008)

Segundo Elaine Cardoso de Matos Novais (2008), o direito consumerista pode ser adotado ao serviço público: “Quando o Código de Defesa do Consumidor no artigo 3º relata sobre a possibilidade do fornecedor ser também pessoa pública de direito público, ele considera os serviços prestados pela própria Administração Pública.”

Ou seja, o que se percebe é a presença e permissão legal de relação entre os dois lados: público e privado, tornando possível uma aplicação. Tendo assim vários dispositivos inseridos na Lei 8078/90 que relata sobre essas incidências.

Portanto, percebe-se a clara intenção do legislador de abarcar, dentro do conceito de fornecedor, um maior número possível de entidades, a fim de garantir da forma mais ampla possível a defesa dos interesses dos consumidores.(MARQUES, 2005)

No artigo 4º da referida lei tem-se referência a Política Nacional da relação de consumo, pregando o atendimento às necessidades dos consumidores como: dignidade, saúde, segurança, melhoria na qualidade de vida, dentre outras, com o objetivo de ordenar e racionalizar os serviços públicos. (NOVAIS, 2008)

Além desses artigos acima citados, tem-se também o artigo 6º que relata ser um direito básico do consumidor a eficaz e adequada prestação dos serviços públicos em geral, evidenciando assim o dever de prestador do Estado. (ARAGÃO, 2009)

É inegável que o acesso a um serviço público eficaz e adequado consiste em direito básico de todo consumidor, consoante art. 6º, X, da Lei 8.078/90. A eficiência dos serviços públicos, na realidade, é reflexo de normas constitucionais, como o princípio da Eficiência, contido no artigo 37 da Lei Maior.

Segundo a Lei 8078/90, o artigo 22 também relata sobre o caso em tela: “Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes e seguros , e quanto aos essenciais contínuos” (BRASIL, 1990)

Portanto, isso deixa clara a ideia de defesa do direito do usuário do serviço público como um consumidor, sendo assim completamente amparado pelo Direito Consumerista.

Mas, há de se destacar que essa parte do Código de Defesa do Consumidor apesar de refletir sobre os serviços públicos, fica clara a ausência de definição legal sobre quais serviços essa lei recairia. E em virtude disso, as discussões são a mais diversas especialmente sobre quais atividades estariam inseridas numa relação de consumo e, conseqüentemente, protegidas e amparadas pelo Código de Defesa do Consumidor.

#### 4.2 Teorias sobre o serviço público e o direito do consumidor

Como exposto anteriormente, em virtude da relação entre dois pólos distintos: público e privado, tem-se assim o aparecimento de diversas opiniões e teorias defendidas.

Essas teorias buscam a defesa de ideias diferentes quanto a aplicabilidade ou não do Direito do Consumidor ao serviço público, analisando assim cada situação com suas respectivas peculiaridades.

#### 4.2.1 Teoria Privatista

Essa teoria relata sobre os serviços públicos ditos industriais ou comerciais, financiados por remuneração paga pelo particular que dela usufrui, principalmente nos casos em que tiverem sido delegados à iniciativa privada. (ARAGÃO, 2008)

Ou seja, essa teoria relata sobre o caráter privatista, sendo cada vez mais comum, em virtude da evolução econômica, a adoção de ditames privados as relações de direito público.

Para eles, não deve existir diferença na aplicabilidade do Direito consumerista, quando a remuneração for direta ou indireta, cabendo assim a todos os serviços públicos indistintamente. Em consequência abrangeria tanto o pagamento diretamente efetuado pelo consumidor, quanto qualquer vantagem proporcionada pelo fornecedor diante dos serviços prestados, aparentemente de forma gratuita. (NOVAIS, 2008)

Porém, essa teoria insere num erro ao adentrar todas as atividades administrativas públicas nesse critério, o que não confere com a realidade. Pois, ela adentra na generalidade, não considerando a especificidade de cada serviço estabelecido e utilizado pelo cidadão- usuário, nem sempre consumidor.

#### 4.2.2 Teoria Publicista

Essa teoria relata que a aplicabilidade do Direito do Consumidor ao serviço público se porta como ilusória, visto que apesar de haver certa liberdade contratual entre o usuário e o prestador de um serviço público, por exemplo, essa situação se porta como superficial, pois pode ser alterada a qualquer momento tendo como base o interesse público.

Segundo Alexandre Santos de Aragão, a teoria publicista recai em um grande erro:

O grande erro dessa teoria é negar a natureza contratual do vínculo entre usuário e prestador de serviço, pois acaba partindo de uma noção exarcebada de autonomia de vontade como único momento explicativo dos mecanismos contratuais. Não considerando assim

que, o Direito Privado contemporâneo possui uma série de elementos contratuais com ingerência publicista.(2008)

Essa corrente relata que deve ocorrer uma total separação entre o consumidor e o usuário do serviço público, pois trata-se de situações dispare, com interesses distintos em jogo. Não podendo essa relação ser confundida como uma relação travada entre duas pessoas privadas, a qual se configura uma relação de consumo.(NOVAIS, 2008)

Portanto , essa teoria se porta como inadequada, pois apenas analisa as relações contratuais com um foco, não tendo assim uma visão integrada da relação, observando as peculiaridades de cada serviço fornecido epal Administração Pública.

#### 4.2.3 Teoria Mista

Essa teoria preza pelo equilíbrio dessas duas realidades, pois apesar da ampla propagação do ideário de hipossuficiente na organização de um serviço público, tem-se situações em que esse parâmetro não cabe, não devendo assim ser adotado.

Ela parte do pressuposto de que para haver uam relação consumerista deve haver uma contraprestação direta pela atividade prestada, consistindo assim em serviços públicos capazes de instaurar uma relação de consumo. (NOVAIS, 2008)

Segundo Alexandre Santos de Aragão, sobre a inexistência de aplicação integral:

Uma prestação de serviço público não pode ser equiparada em todos os aspectos a uma atividade econômica privada.Ela se liga a uma missão de serviço público e , por essa razão, contém uma forte dimensão política, ao passo que a prestação de uma atividade econômica privada só tem valor em relação as aspirações do individuo que a contrata. (2008)

Portanto, ao se considerar apenas os serviços estabelecidos mediante contraprestação direta, ficam excluídos de inserção do CDC todos os serviços custeados pela arrecadação de tributos em geral: como saúde, educação e segurança pública. Ocorrendo apenas a adequação quando ocorrer o pagamento de taxas ou tarifas. (NOVAIS, 2008)

Ou seja, essa teoria se porta como a mais completa, visto que analisa cada situação, observando em que casos o direito consumerista pode ser adotado na Administração Pública.

### 4.3 Possibilidades de aplicação do CDC no Serviço Público

Diante do exposto, percebe-se que a teoria adotada pelo ordenamento jurídico é a teoria mista com relação a categorização do usuário de serviço público.

O que se percebe é que o CDC faz referências a diversos artigos no que concerne ao serviço público, mas peca em não definir o alcance de seu significado nas relações de consumo. (NOVAIS , 2008)

O CDC não pode ser aplicado indiscriminadamente aos serviços públicos, já que eles não são atividades econômicas comuns, sujeitas à liberdade de empresa e desconectada da preocupação de manutenção de um sistema prestacional coletivo.(ARAGÃO, 2008)

Segundo Carla Frade de Paula Castro, a aplicação do CDC não se porta como absoluta:

A aplicação do CDC, no entanto, não é absoluta. Se assim fosse, desnaturaria os serviços públicos enquanto sistema social (ou seja, não individual), subvertendo-lhes a natureza, privilegiando os interesses de consumidores individualmente considerados e postergando o seu objetivo maior de solidariedade social, tendo em vista que eles não são atividades econômicas comuns, sujeitas à liberdade de empresa e desconectadas da preocupação de manutenção de um sistema prestacional coletivo. (2013)

Para tanto faz-se de grande importância relatar sobre a diferenciação entre serviços *uti universi* e *uti singulari*, como forma de perceber a adequação ou não do Direito Consumerista. O primeiro deles ocorre em virtude do poder de império do Estado, e que são mantidos por tributação, como serviços de segurança, saúde, etc. Já o último, enseja na remuneração específica direta nos serviços públicos individualmente prestados. (NOVAIS, 2008)

Ou seja, em se tratando de serviços *uti universi* não se pode esquecer que o Estado é o prestador de serviços como saúde, educação, segurança pública, cujas despesas são mantidas por tributos, em que o agente político estatal exercem funções que extrapolam os interesses individuais, e não, de agente econômico.

O Superior Tribunal de Justiça (STJ), em especial, também vem expressamente identificando como relações de consumo aquelas em que participam usuários de serviços públicos específicos e remunerados, além de adotar uma postura de aplicar o CDC aos serviços públicos no que couber. É o que se pode extrair dos seguintes julgados, colacionados a título exemplificativo:

Concessionária de rodovia. Acidente com veículo em razão de animal morto na pista. Relação de consumo. 1. As concessionárias de serviços rodoviários, nas suas relações com os usuários da estrada, estão subordinadas ao Código de Defesa do Consumidor, pela própria natureza do serviço. No caso, a concessão é, exatamente, para que seja a concessionária responsável pela manutenção da rodovia, assim, por exemplo, manter a pista sem a presença de animais mortos na estrada, zelando, portanto, para que os usuários trafeguem em tranquilidade e segurança. Entre o usuário da rodovia e a concessionária, há mesmo uma relação de consumo, com o que é de ser aplicado o art. 101, do Código de Defesa do Consumidor. 2. Recurso especial não conhecido. (REsp 467883/RJ, Terceira Turma, Rel. Ministro Carlos Alberto Menezes Direito, DJ 01/09/2003, p. 281; grifos adicionados)

Portanto, não se trata de duas pessoas distintas, quando se analisa o perfil de aplicabilidade do CDC aos serviços públicos, mas situações diferentes. Quando as funções possuírem natureza idêntica as exercidas por indivíduos privados, tem-se a aplicação do Direito Consumerista, quando não, aplica-se as regras do Direito Administrativo.

Ocorrendo a aplicação dessa legislação privatista, quando ocorrer a existência de uma contraprestação direta, no caso, tarifas e taxas, pois tem-se a representação de uma relação de consumo propriamente dita.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo teve por intenção primordial esclarecer questionamentos acerca do tema proposto: existe realmente possibilidade de adequação do Direito Consumerista à Administração Pública?

Apesar de ser alvo de ferrenhas críticas quanto a aplicabilidade ou inaplicabilidade, o que se buscou provar e demonstrar foi a possibilidade de aplicação, obviamente que apenas em determinados casos, em que as características existentes permitiram tal adequação.

Em circunstâncias atuais, em que a política econômica interfere sobremaneira em todos os setores da sociedade, é imprescindível não pensar numa relação de consumo, no que se refere a Administração Pública.

Como bem salientado, os dois ramos do Direito adentram no perfil do cidadão, mas sob enfoques distintos: um analisa o perfil do consumo, da relação privada; já o outro adentra no perfil da generalização, ou seja, do interesse comum.

Apesar do Código de Defesa do Consumidor adotar em um dos seus artigos essa possibilidade, há de se alertar que essa afirmação não se porta como absoluta, pois se assim o fosse, valores basilares seriam transgredidos.

Essa aplicabilidade somente se porta como viável quando ocorrer a caracterização de uma relação de consumo, e isso apenas é possível nos serviços *uti singulari*, em que se tem a prestação de um serviço para um ente individualizado. Quando se tem serviços *uti universi*, ocorre a impossibilidade dessa adequação, pois o Estado assume o poder de agente econômico, responsável pela segurança pública, educação, saúde, dentre outros.

Portanto, falar sobre a aplicabilidade ou inaplicabilidade do CDC aos Serviços Públicos de maneira absoluta, se porta como algo superficial e completamente incoerente, visto a gama de relações existentes atualmente. O que deve ser relatado é que a sua aplicabilidade se porta como relativa, devendo ser guiada pelo caso concreto. Ocorrendo a consequente adequação, quando existir uma contraprestação direta, fato que simboliza uma relação de consumo em sua essência.

## REFERENCIAS

ARAGÃO, Alexandre Santos de. **Serviços Públicos e o Direito do Consumidor: possibilidades e limites da aplicação do CDC.** 2008. Disponível em: <http://www.direitodoestado.com/revista/REDAE-15-AGOSTO-2008-ALEXANDRE%20ARAGAO.pdf>. Acessado em: 08 de abril de 2015.

ARAGÃO, Alexandre Santos de. **O conceito de serviços públicos no Direito Constitucional Brasileiro.** 2009. Disponível em: <http://www.direitodoestado.com/revista/REDAE-17-FEVEREIRO-2009-ALEXANDRE%20ARAGAO.pdf>. Acessado em : 09 de abril de 2015.

BRASIL. **Constituição da Republica Federativa do Brasil.** 1998. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em: 20 de abril 2015.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 8.078, 11 de setembro de 1990.** Disponível em:<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acessado em: 18 de abril de 2015.

BOLZAN, Fabricio. **Serviços Públicos.** 2012. Disponível em: <http://fabriciobolzan.jusbrasil.com.br/artigos/121819347/servicos-publicos>>. Acessado em : 05 de abril de 2015.

BORTOLLETO, Leandro. **Direito Administrativo.** Editora Jus Povium : 3ª Ed. 2014. Bahia.

BRANCO, Amanda Castelo. **Atividades e Atos administrativos.** 2011. Disponível em: < [academico.direitorio.fgv.br/ccmw/images/4/4b/Trabalho\\_Adm\\_P2.doc](http://academico.direitorio.fgv.br/ccmw/images/4/4b/Trabalho_Adm_P2.doc)>. Acessado em: 07 de abril de 2015.

CARVALHO FILHO, José dos Santos. **Manual de Direito Administrativo.** 24ªed. São Paulo: Lumen Juris. 2011.

CASTRO, Carla Frade de Paula. **Da aplicabilidade do Direito Consumerista aos Serviços Públicos.** 2012. Disponível <http://www.conteudojuridico.com.br/artigo,da-aplicabilidade-do-direito-consumerista-aos-servicos-publicos,44334.html>>. Acessado em: 16 de abril de 2015.

DE MELLO, Celso Antônio Bandeira. **Curso de Direito Administrativo.** Malheiros Editores:14º Ed. 2001. São Paulo.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito Administrativo.** Editora Atlas: 2ª ed. 2006. São Paulo.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do Consumidor.** Editora Jus Podivm: 10ª ed. 2014. Salvador.

GOTTEL, Eliana. **Princípios gerais de defesa do consumidor e direitos básicos.** 2008.

Disponível em:

[http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=2702](http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=2702). Acessado em : 18 de abril de 2015.

LOURENCETTI, Erick. **A importância do Direito do consumidor**. 2009. Disponível em:<<http://www.unibrasil.com.br/arquivos/direito/20092/erick-lourencetti.pdf>>.

Acessado em : 20 de abril de 2015.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. São Paulo: RT, 2005.

MIRANDA, Maria Bernadete. **Princípios Constitucionais do direito administrativo**. 2008.

Disponível em:< <http://www.direitobrasil.adv.br/artigos/ad.pdf>>. Acessado em 03 de abril de 2015.

MOREIRA, Alexandre Magno. **Princípios Gerais do Direito**. 2011. Disponível em:< [http://ww3.lfg.com.br/public\\_html/article.php?story=20110113103607441&mode=print](http://ww3.lfg.com.br/public_html/article.php?story=20110113103607441&mode=print)>. Acessado em: 05 de abril de 2015.

NOVAIS, Elaine Cardoso de Matos. **Serviços Públicos e Relação de Consumo**. Editora Juruá. 2008. Curitiba.

NORAT, Marcos Samuel Leite. **O conceito de consumidor no Direito**. Disponível em :< <http://www.cognitiojuris.com/artigos/04/08.html>>. Acessado em: 15 de abril de 2015.

SERRANO, Pablo Jimenez. **Introdução ao Direito do Consumidor**. Editora Manole.2003. São Paulo.

SOUZA, Amanda Thais Zanchi de. **O princípio da boa-fé objetiva no Código de Defesa do Consumidor**.2005.

Disponível em: <http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/2032/O-principio-da-boa-fe-objetiva-no-Codigo-de-Defesa-do-Consumidor>>. Acessado em: 17 de abril de 2015.

## **ABSTRACT**

This article will focus on the applicability of Consumerist Right to Public Sector, thus analyzing whether such a possibility has legal protection. The hypothetical- deductive method and the literature search were essential for the construction of this work, which in turn was divided into three sections. The first portrays on the publicist reality, with the explanation of what would be Public Service and statement of guiding principles of public administration. Then there will be an explanation of the Consumerist law, with exposure of its characteristics, as well as consume ratio of members. Finally, it will be held the possibility to adapt the Public Right to Private, when proven link consumption.

**Keywords:** Consumer, Public Service Adjustment.