

O CONSUMIDOR NA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

Karime Pereira Bednasky AGNE¹

Patrick Ronielly DOS SANTOS²

Eduardo NOVACKI³

RESUMO: O objetivo de estudo deste artigo é a análise da relação jurídica consumerista prevista no Código de Defesa do Consumidor - Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 - bem como quem poderá ser classificado como consumidor em tal relação. Para elaboração deste trabalho foi realizada a análise de referências bibliográficas e pesquisa jurídica. Para se averiguar quem são os consumidores previstos no Código de Defesa do Consumidor deve-se analisar as teorias apresentadas pela doutrina e jurisprudência, bem como analisar as hipóteses previstas no Código acima citado para que seja verificado quem são os consumidores por equiparação, visando que os direitos destes sejam assegurados, pois os consumidores são considerados pela doutrina e jurisprudência como elo fraco ou vulnerável da relação jurídica de consumo.

PALAVRAS-CHAVE: Relação Jurídica. Consumidor. Equiparação. Defesa.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho refere-se ao estudo de um dos integrantes da relação jurídica consumerista. Temos como problema de pesquisa determinar quem é o sujeito consumidor segundo o Código de Defesa do Consumidor.

Desta forma, observaremos que a relação jurídica de consumo é prevista pela Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 e a doutrina traz seu conceito e os elementos presentes nessa relação para caracterizá-la.

Logo em seguida trataremos dos consumidores por equiparação, pois o Código de Defesa do Consumidor trata aqueles que não estão diretamente envolvidos na relação jurídica de consumo, mas que de alguma forma foram prejudicados e devem ser protegidos.

¹ Discente do 10º semestre do curso de Direito das Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba. E-mail: kahagne@gmail.com. Bolsista do Programa de Iniciação Científica

² Discente do 10º semestre do curso de Direito das Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba. E-mail: patrickronielly@gmail.com. Bolsista do Programa de Iniciação Científica

³ Docente do curso de Direito das Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba. Juiz de Direito. E-mail: enovacki@yahoo.com.br

Para o desenvolvimento e elaboração do presente trabalho foram utilizadas pesquisas bibliográficas doutrinárias e jurisprudenciais.

2. RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

O Código de Defesa do Consumidor é um microsistema que intervém no mercado de consumo visando nortear a relação consumerista, com natureza jurídica cogente, ou seja, sua aplicação se dá independente da vontade das partes. Assegura também a ordem pública para tutelar os bens comuns, com o objetivo de equilibrar a relação. (GONÇALVES, 2014, p. 20)

Segundo Fabrício Bolzan de Almeida (2013, p. 74) a relação consumerista pode ser classificada como: “relação firmada entre consumidor e fornecedor, a qual possui como objeto a aquisição de um produto ou a contratação de um serviço”.

Assim, os sujeitos da relação são o consumidor e o fornecedor, sendo este o aspecto subjetivo da relação, a qual possui como elemento objetivo os produtos ou serviços (ALMEIDA, 2013, p. 74).

Para Roberta Densa (2011, p. 9) a relação jurídica é constituída por três elementos: subjetivo que são as partes envolvidas (consumidor e fornecedor), elemento objetivo: que é o objeto (produtos e serviços) e por fim o elemento finalístico: para a autora este elemento traz a ideia de destinatário final, ou seja, quem irá utilizar ou adquirir o produto ou serviço.

2.1 CONCEITO DE CONSUMIDOR

O conceito de consumidor está previsto no artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor: “é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990, s/p).

O texto normativo nos traz que a pessoa consumidora é aquela que é a destinatária final do objeto, sendo estabelecido, portanto, a destinação final como critério de identificação do consumidor. Pois bem, os consumidores poderão ser pessoa física ou pessoa jurídica. (DENSA, 2011, p. 10; GONÇALVES, 2014, p. 23)

Para determinar quem será caracterizado como destinatário final a doutrina desenvolveu três teorias.

A teoria finalista vê o consumidor de maneira restrita, isto é, uma vez que o consumidor é a parte vulnerável da relação, deve-se estabelecer quem é o consumidor para que este usufrua da tutela (BENJAMIN, MARQUES, BESSA, 2013, P. 94).

O destinatário final é o “fático e econômico do bem ou do serviço” não podendo adquirir um bem para revendê-lo ou utilizar profissionalmente, mas somente sua satisfação pessoal. Uma vez que o consumidor adquirisse o produto ou contratasse o serviço para fins profissionais, deixaria de caracterizar o requisito essencial (BENJAMIN, MARQUES, BESSA, 2013, P. 94).

Portanto, para esta teoria como o consumidor é o elo fraco da relação (vulnerabilidade) deve haver limitações, sendo que se o adquirente utilizar o bem ou serviço para uso profissional ou para fins de revenda, este será tido por profissional

ou intermediário e não consumidor de fato (BENJAMIN, MARQUES, BESSA, 2013, P. 94).

Entretanto, existem exceções, como afirmam Antônio H. Benjamin, Claudia Lima Marques e Leonardo Roscoe Bessa (2013, p. 94):

Uma pequena empresa ou profissional que adquiriu, uma vez que a vulnerabilidade pode ser fática, econômica, jurídica e informacional, por exemplo, um produto fora de seu campo de especialidade (uma farmácia) ; interpretar o art. 2.º de acordo com o fim da norma, isto é, proteção ao mais fraco na relação de consumo, e conceder a aplicação das normas especiais do CDC analogicamente também a estes profissionais. Note-se que neste caso se presume que a pessoa física seja sempre consumidora frente a um fornecedor e se permite que a pessoa jurídica vulnerável prove sua vulnerabilidade.

A segunda teoria é a maximalista, para cujos adeptos, acredita-se em ampla proteção do consumidor, ou seja, inclui as pessoas jurídicas e físicas, bem como se mostra independente a finalidade pela qual o adquirente adquiriu o produto ou contratou o serviço (ALMEIDA, 2013, P. 99-102).

Para esta teoria, o consumidor apenas precisa retirar a mercadoria do mercado para que seja considerado como tal (ALMEIDA, 2013, P. 99-102).

Porém, o problema apontado nessa teoria é que o direito do consumidor seria transformado em direito privado. Alguns exemplos dado pelo doutrinador Fabrício Bolzan de Almeida (2013, p. 99-102) seriam as empresas que compram computadores para realizar suas atividades, agricultor que compra adubo para sua plantação, entre outros.

Por fim, temos a teoria finalista atenuante/mitigada/aprofundada.

Com a entrada em vigor do Código Civil de 2002 a teoria maximalista perdeu força e a jurisprudência começou a adotar o “finalismo aprofundado”, que observa o consumidor final imediato e a sua vulnerabilidade (ALMEIDA, 2013, p. 102-104).

Esta teoria enquadra a pessoa jurídica e a pessoa física profissional como consumidoras, desde comprovem a sua vulnerabilidade, verifica cada caso (ALMEIDA, 2013, p. 102-104).

Para o Superior Tribunal de Justiça, a comprovação da vulnerabilidade é um pressuposto para enquadrar os consumidores.

AGRAVO INTERNO - AGRAVO - INDENIZAÇÃO - ATRASO NA ENTREGA DE IMÓVEL - ARTIGOS 165, 458 E 535, DO CPC - PREQUESTIONAMENTO - REEXAME DE PROVAS - APLICAÇÃO DO CÓDIGO DO CONSUMIDOR - TEORIA FINALISTA MITIGADA. 4.- **A jurisprudência desta Corte tem mitigado a teoria finalista para autorizar a incidência do Código de Defesa do Consumidor nas hipóteses em que a parte (pessoa física ou jurídica), embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade.** Precedentes. 5.- Agravo Regimental improvido. (STJ -

AgRg no AREsp: 402817 RJ 2013/0330208-2, Relator: Ministro SIDNEI BENETI, Data de Julgamento: 17/12/2013, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 04/02/2014)(GRIFO NOSSO)

Esta teoria atualmente é aceita de forma uníssona pela jurisprudência pátria, notadamente do Superior Tribunal de Justiça.

2.2 CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor, além de proteger os consumidores que participam diretamente da relação jurídica de consumo, também defende aqueles que não se enquadram nessa definição “porém dele necessitam em razão da condição de inferioridade em que se encontram nas relações firmadas com o fornecedor”. São chamados de consumidores por equiparação, (ALMEIDA, 2013, p. 111-112).

Conforme podemos observar em diversos artigos do Código de Defesa do Consumidor, são equiparados a coletividade de consumidores, as vítimas de acidentes de consumo e pessoas expostas a práticas comerciais.

No caso da coletividade de pessoas, o parágrafo único do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor estatui que: “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo” (BRASIL, 1990, s/p).

Não se faz necessário que o consumidor adquira o produto ou serviço ou tenha danos efetivos, bastando, tão somente, que haja a veiculação da publicidade enganosa ou abusiva para a configuração da relação de consumo e a consequente aplicação das penalidades previstas no Código de Defesa do Consumidor. (DENSA, 2011, p. 15)

Também estão enquadradas as vítimas de acidentes de consumo, como prevê o artigo 17 do Código de Defesa do Consumidor: “para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”, isto é, se uma pessoa que não era consumidor de fato, mas foi vítima de um acidente de consumo, será equiparado ao consumidor. (BRASIL, 1990, s/p; DENSA, 2011, p. 15)

Por fim o artigo 29 do Código de Defesa do Consumidor estabelece que: “para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas” (BRASIL, 1990, s/p).

Rizzato Nunes (2015, p. 181-182) ensina que todos aqueles que forem expostos às práticas comerciais serão considerados consumidores. Mais ainda, caso ocorra à prática comercial, toda a coletividade de pessoas estará exposta, mesmo que não possa identificar o consumidor de fato.

Diz o autor:

Trata-se, portanto, praticamente de uma espécie de conceito difuso de consumidor, tendo em vista que desde já e desde

sempre todas as pessoas são consumidoras por estarem potencialmente expostas a toda e qualquer prática comercial. É, como dissemos de início, o aspecto mais abstrato da definição, que, partindo do elemento mais concreto - daquele que adquire ou utiliza o produto ou o serviço como destinatário final-, acaba fixando de forma objetiva que se respeite o consumidor potencial. Daí ter de dizer que o consumidor protegido pela norma do art. 29 é uma potencialidade. Nem sequer precisa existir. (NUNES, p. 182).

Portanto, as normas protetivas do Código de Defesa do Consumidor são adequadamente abrangentes, com o que um maior número de pessoas delas podem legitimamente se valer.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando-se em conta os elementos mencionados e as considerações realizadas sobre a relação jurídica de consumo e os consumidores equiparados, entende-se que é de suma importância que seja determinado quem é o consumidor em uma relação jurídica, para que se possa aplicar de forma correta e coesa o que a lei e a doutrina prevêm.

Portanto, faz-se necessário uma análise minuciosa da classificação do consumidor e de quem será equiparado à consumidor, visto que isto determina a proteção adequada ao consumidor, também designado pela doutrina e legislação como o elo fraco ou vulnerável da relação jurídica de consumo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. **Direito do consumidor esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2013.

BENJAMIN, Antônio Herman de V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 10 de out. de 2016.

_____. **Superior Tribunal de Justiça**. AgRg no AREsp nº 402817-RJ (2013/0330208-2) Agravante: GULF Investimentos S/A. Agravado: Maria de

Lourdes de Souza Chantre Oliveira e outros. Relator: Ministro Sidnei Beneti. Brasília, 17 de dezembro de 2013. Lex: jurisprudência STJ. Disponível em: < <http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/24875505/agravo-regimental-no-agravo-em-recurso-especial-agrg-no-aresp-402817-rj-2013-0330208-2-stj/inteiro-teor-24875506>>. Acesso em: 10 de out. de 2016.

FACULDADES INTEGRADAS SANTA CRUZ DE CURITIBA. **Normalização de apresentação de trabalhos científicos do curso de Direito**, Curitiba, 2015. 53 p. Disponível em: < <http://www.santacruz.br/v4/download/manual-de-normalizacao-do-curso-de-direito.pdf>>. Acesso em: 10out. 2016.

GONÇALVES, Renato Afonso. **Como se preparar para o Exame de Ordem, 1.ª fase: direito do consumidor**. 5. ed. Rio de Janeiro. São Paulo: MÉTODO, 2014.

NUNES, Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumido**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.