® BuscaLegis.ccj.ufsc.br

A configuração da relação de consumo

Samuel Borges Gomes

1. Introdução

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi sem dúvida um marco na legislação brasileira no sentido de legitimação de direitos aos consumidores, como a proteção à vida, saúde e segurança; liberdade de escolha; proteção contra publicidade enganosa e abusiva; proteção contratual; dentre tantos outros.

O objetivo deste artigo é determinar em que casos ocorre a configuração de relação de consumo sob o ponto de vista do CDC, pois somente preenchendo tais requisitos é que a utilização do Código é possível.

Para isso se faz necessário o exame dos três elementos básicos da relação de consumo: o consumidor, o fornecedor e o objeto da relação de consumo.

2. Consumidor

Logo no início do CDC o legislador se preocupou em conceituar o que considera como consumidor para efeitos do Código.

Tal conceito esta disposto no seu Art. 2°, que diz:

"*Art. 2° Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.*

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo"

Portanto podemos perceber que consumidor pode ser tanto pessoa física quanto jurídica, porém, é necessário que esta adquiria ou utilize produto ou serviço como destinatária final.

Assim, a pessoa física ou jurídica que adquire produtos para revenda, por exemplo, não cumpre esse requisito, portanto não se caracterizando como consumidor aos olhos do CDC.

Porém, uma empresa que adquire produtos para seu uso interno, como em escritório, esta se configurando como destinatário final, logo amparado pelo Código.

Já quanto ao parágrafo único, podemos interpretar utilizando um exemplo. Uma mãe que compra um chocolate para o filho. Quem estará consumindo o chocolate será o

filho, porém a mãe interviu na relação de consumo, sendo também equiparada a consumidor.

3. Fornecedor

Em seguida o legislador conceitua o segundo elemento básico de qualquer relação de consumo: o fornecedor. O Art. 3°, caput, do CDC dispõe:

> *"Art. 3° Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.*

De início percebemos que no caso de fornecedor, assim como no de consumidor, este pode se tratar tanto de pessoa física quanto jurídica.

O interessante é a disposição "*jurídica, pública ou privada"*. Isso porque, assim o legislador estava submetendo também os fornecedores de produtos e serviços públicos, estatais, ao amparo e tutela do CDC, conforme fica claro ao observarmos o Art. 22, caput:

> *"Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos."*

Continuando a análise do conceito de fornecedor disposta no CDC, vemos o trecho que diz "*que desenvolvem atividades de"*. Isso deixa claro que para ser considerado fornecedor é necessário que a pessoa física ou jurídica exerça uma das atividades citadas em seguida, o que exclui da configuração de fornecedor pelo CDC, por exemplo, a venda esporádica que pode ocorre entre duas pessoas físicas, como a venda de um celular de alguém para seu vizinho.

Existe ainda uma distinção no conceito de fornecedor, existem os fornecedores de produtos e os prestadores de serviço, porém para compreender melhor ambos é necessário compreender o que os difere, ou seja, o objeto da relação de consumo.

4. Objeto da Relação de Consumo

O objeto de relação de consumo é o alvo da negociação entre o fornecedor, que fornece tal objeto, e do consumidor, quem adquire o mesmo.

Neste momento há uma divisão entre dois tipos distintos de objeto de relação de consumo. Do mesmo modo, o legislador se preocupou em conceituar ambos, sendo a divisão feita em:

4.1 Produto

O primeiro parágrafo do Art. 3° do CDC diz:

> *"Art. 3°. (...)*
>
> *§ 1° Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial."*

Sendo assim um produto é um bem, que pode ser classificado como:

- Móvel

Para compreender o que é um bem móvel podemos recorrer ao conceito utilizado no nosso Código Civil, que por si só é bastante elucidativo. Dispõe o Código Civil:

"Art. 82. São móveis os bens suscetíveis de movimento próprio, ou de remoção por força alheia, sem alteração da substância ou da destinação econômico-social.

Art. 83. Consideram-se móveis para os efeitos legais:

I - as energias que tenham valor econômico;

II - os direitos reais sobre objetos móveis e as ações correspondentes;

III - os direitos pessoais de caráter patrimonial e respectivas ações.

Art. 84. Os materiais destinados a alguma construção, enquanto não forem empregados, conservam sua qualidade de móveis; readquirem essa qualidade os provenientes da demolição de algum prédio"

- Imóvel

Novamente podemos recorrer ao conceito utilizado no Código Civil que diz:

"Art. 79. São bens imóveis o solo e tudo quanto se lhe incorporar natural ou artificialmente.

Art. 80. Consideram-se imóveis para os efeitos legais:

I - os direitos reais sobre imóveis e as ações que os asseguram;

II - o direito à sucessão aberta.

Art. 81. Não perdem o caráter de imóveis:

I - as edificações que, separadas do solo, mas conservando a sua unidade, forem removidas para outro local;

II - os materiais provisoriamente separados de um prédio, para nele se reempregarem"

- Materiais

Os bens materiais compreendem as coisas corpóreas, constituídas de matéria física, existentes no mundo físico, e que podem ser objeto de domínio, como por exemplo, um carro, um celular, uma casa, dentre tantos outros.

- Imateriais

Por sua vez os bens imateriais são aqueles que não são constituídos de matéria física, não ocupando lugar no mundo físico, como por exemplo, o conhecimento intelectual, marcas e patentes, etc.

4.2 Serviço

O segundo parágrafo do Art. 3° do CDC, dispõe:

"Art. 3°. (...)

§ 2° 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."

Portanto um serviço é uma atividade fornecida por uma pessoa física ou jurídica dentro do mercado de consumo, como por exemplo, uma assessoria jurídica, uma consulta médica, um corte de cabelo, etc.

Interessante observar o seguinte trecho "*mediante remuneração"*. Assim, interpretasse que o serviço feito gratuitamente, não se configura como serviço no âmbito do CDC, pois não se recebe remuneração por ele.

O final do parágrafo "*salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista"* também serviu para evitar um conflito no futuro.

Isso, pois se observarmos, um trabalhador vende sua mão de obra para um empregador, ou seja, oferece um serviço a ele mediante remuneração.

Existe ainda uma outra divisão feita pelo CDC que serve para ambos os objetos da relação de consumo, então pode um produto ou serviço ser classificados em:

4.3 Não duráveis

São aqueles que depois de consumidos se exaurem. Exemplo: um almoço, cigarro, refrigerante, um corte de cabelo, etc.

O CDC prevê no seu Art. 26, I, que o prazo de garantia legal para a reclamação dos vícios aparentes ou de fácil constatação de produtos ou serviços não duráveis é de trinta dias.

4.4 Duráveis

São aqueles que mesmo depois de consumidos não se exaure, estendendo-se o consumo até prazo indeterminado. Exemplo:

O CDC prevê no seu Art. 26, II, que o prazo de garantia legal para a reclamação dos vícios aparentes ou de fácil constatação de produtos ou serviços duráveis é de noventa dias.

5. Conclusão

O CDC trouxe muitos direitos aos consumidores, porém antes de começarmos a entendê-los é necessário ter claro a configuração da relação de consumo, entender o conceito abordado pelo Código de consumidor, fornecedor e do objeto da relação de consumo (produto ou serviço), pois somente conhecendo tais conceitos perante a ótica do CDC é que podemos aplicar os direitos nele contidos.

Referências Bibliográficas

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2000.
BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1991.

Disponível em: <http://www.artigocientifico.com.br/uploads/artc_1156344663_56.doc > /
Acesso em: 22 de fevereiro de 2007.