

## Conceito de consumidor na relação jurídica de consumo

Victor Santos Queiroz \*

### Sumário

**I. Introdução.**

**II. O conceito de consumidor.**

**III. A doutrina estrangeira.**

**IV. A doutrina nacional.**

**V. A legislação estrangeira.**

**VI. A legislação brasileira como modelo de síntese conclusiva.**

**VII. Bibliografia.**

## I. Introdução.

Com a entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, passou-se a questionar o seu âmbito de incidência, haja vista a concomitante existência do Código Civil e do Código Comercial. Que espaço, portanto, se reserva à Lei 8.078/90?

Conforme se depreende do artigo 1º do estatuto em questão, dispõe ele sobre a proteção e a defesa consumidor, estatuidando normas de ordem pública nesse aspecto, em atendimento ao mandamento contido nos artigos 5º, XXXII, e 170, V, da Constituição Federal.

Ao depois, nos seus artigos 2º e 3º, trata o Código de Defesa do Consumidor da conceituação do que, para os seus efeitos, vêm a ser consumidor, fornecedor, produtos e serviços. Vê-se, pois, que a primeira preocupação do legislador de 1990 foi a de estabelecer parâmetros para a identificação dos componentes da relação jurídica de consumo, que é justamente o objeto de que trata primordialmente a lei sob comento.

Vale ressaltar, nesse tópico, que a noção de relação jurídica mostra-se de fundamental importância para o entendimento do espectro de abrangência de qualquer norma, eis que, nas palavras de MIGUEL REALE[1], “as normas jurídicas projetam-se como feixes luminosos sobre a experiência social: e só enquanto as relações sociais passam sob a ação desse facho normativo, é que elas adquirem o significado de relações jurídicas. (...) Quando uma relação de homem para homem se subsume ao modelo normativo instaurado pelo legislador, essa realidade concreta é reconhecida como sendo relação jurídica”.

Essa deve ser, portanto, a preocupação do estudioso do direito quando tenha por objetivo fixar o alcance da norma jurídica sobre a qual se debruça: trata-se de verificar e analisar os componentes da respectiva relação jurídica que nela se encaixa, mormente quando há um certo concurso aparente de normas, como, por exemplo, ocorre com o Código de Defesa do Consumidor em cotejo com o Código Civil e o Código Comercial.

Nesse mister, e partindo-se da premissa de que a relação jurídica é composta por um sujeito ativo - assim entendido como o beneficiário da norma -, um sujeito passivo - aquele sobre o qual incidem os deveres impostos pela norma -, um objeto - que se identifica com o bem sobre o qual recai o direito -, e um “fato propulsor”[2] - assim considerado como o tipo de vínculo que liga o sujeito ativo ao sujeito passivo -, deve-se analisar a relação de consumo sob o ponto de vista de cada um de seus componentes, vale dizer, o consumidor, o fornecedor, o produto ou serviço, e o seu fato propulsor, seja ele contratual ou extracontratual.

Destarte, identificados os elementos componentes da relação jurídica de consumo, poder-se-á, com clareza, mensurar a “ação do facho normativo”[3] da Lei 8.078/90.

De se ressaltar, ademais, que a utilidade da correta identificação dos elementos componentes da relação jurídica de consumo prende-se, também, à necessidade da observância do princípio da legalidade disposto no artigo 5º da Constituição Federal, eis que o Código de Defesa do Consumidor é um estatuto multidisciplinar[4], definindo inclusive tipos criminais, a par de regras de comportamento mais gravosas em cotejo com as estabelecidas pelo Código Civil e pelo Código Comercial.

## II. O conceito de consumidor.

Como se depreende do artigo 1º da Lei 8.078/90, é o consumidor o sujeito ativo da relação jurídica de consumo, já que a ele se destinam os meios de proteção e defesa instituídos. Trata-se apenas de dar efetividade aos mandamentos inseridos nos artigos 5º, XXXII, e 170, II, da Constituição Federal, a fim de resguardar o consumidor das mazelas do mercado, tendo em vista a constatação de que se hoje se vive em uma sociedade em que apenas o consumo é capaz de satisfazer as necessidades de seus componentes[5].

## III. A doutrina estrangeira.

Já houve, no exterior, quem pretendesse comparar a figura do consumidor à figura do membro do proletariado, partindo da premissa marxista de que a sociedade vive em meio a

uma luta de classes[6]; destarte, os consumidores nada mais comporiam do que o pólo frágil do conflito com os fornecedores.

Do ponto de vista econômico, diz-se que o consumidor, dentro da economia de mercado, é o personagem a quem se destina toda a produção de bens, ora “determinando” os rumos que devem seguir os fornecedores, ora tendo suas preferências sutilmente influenciadas pelos mesmos fornecedores[7]; trata-se o consumidor, de qualquer sorte, do destinatário de toda a produção econômica.

Mas teria o consumidor, do ponto de vista jurídico, conceito tão intuitivo e genérico como tem para a economia? Certamente que não.

Bem por isso é que têm os doutrinadores se digladiado no sentido da qualificação jurídica do sujeito ativo da relação de consumo, não havendo entre eles qualquer uniformidade, quiçá em virtude da novidade do tema[8].

Para o belga THIERRY BOURGOIGNIE[9], o conceito jurídico de consumidor deve ser buscado sob o ponto de vista subjetivo, vale dizer, tendo como referência as qualidades do sujeito ativo da relação de consumo, e não propriamente o ato de consumo assim economicamente considerado. Nesse sentido, portanto, seria o consumidor aquele que adquire, tem a posse ou utiliza um bem ou serviço, para fins exclusivamente privados.

De acordo com tal conceituação ampla, incluir-se-iam entre o rol de consumidores todos aqueles que adquirissem bens ou serviços - e não apenas aqueles que os comprassem -, independentemente de qualquer vínculo contratual oneroso; todavia, deixa claro o autor que o só fato de haver nascido uma obrigação extracontratual em função do fato do produto ou do serviço, excluídas as hipóteses de aquisição, posse ou utilização, não equipara a vítima à figura do consumidor[10].

Por outro lado, a conceituação proposta por THIERRY BOURGOIGNIE repousa na premissa de que nem todo usuário ou adquirente é consumidor[11]; limita-se o conceito,

portanto, à figura do consumidor que adquire o produto ou o serviço a título privado, ainda que não seja para uso próprio e sem prejuízo da possibilidade de eventual lucro. Deve entender-se o consumidor, portanto, como um não profissional, ainda que se trate de pessoa jurídica naquela específica relação de consumo.

CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA[12], conceitua o consumidor partindo de três critérios distintos: elementos subjetivos, objetivos e teleológicos.

Do ponto de vista do elemento subjetivo, entende o autor português dever ser o consumidor uma pessoa, enquanto sujeito de direitos; fecha a questão, ademais, no que pertine à possibilidade de as pessoas jurídicas também se incluírem no rol de consumidores, limitando o conceito àquelas que não tenham fins lucrativos[13]. Sob o aspecto objetivo, entende o autor esteja o consumidor ligado a bens (coisas) ou serviços. E, do ponto de vista teleológico, aduz o Professor da Faculdade de Direito de Lisboa que, para a correta noção de consumidor, devem os tais bens ou serviços ter como destino uma utilização final, que seja diversa de qualquer atividade profissional ou intermediária, ainda que pessoal ou privada.

GUIDO ALPA[14] prefere uma conceituação bem mais genérica e ampliativa de consumidor, admitindo-o como qualquer pessoa que faça parte de uma relação jurídica de consumo[15].

#### IV. A doutrina nacional.

No Brasil, antes da edição da Lei 8.078/90, ANTONIO HERMEN V. BENJAMIN[16] mostrava concepção mais restritiva do conceito de consumidor, o qual seria “todo aquele que, para seu uso pessoal, de sua família, ou dos que se subordinam por vinculação doméstica ou protetiva a ele, adquire ou utiliza produtos, serviços ou quaisquer outros bens ou informação”. Ressalta o ilustre membro do Ministério Público do Estado de São Paulo que se mostra inadmissível a inclusão incondicionada de pessoas jurídicas no rol dos consumidores, haja vista que a sua finalidade lucrativa as diferenciaria dos demais consumidores, eliminando o requisito da fragilidade que deve ser ínsito ao sujeito ativo da

relação de consumo; todavia, não descarta o autor a possibilidade de se incluir no conceito de consumidor qualquer pessoa jurídica sem fins lucrativos[17].

JOSÉ GERALDO BRITO FILOMENO[18] tem visão igualmente restritiva do conceito de consumidor; para o referido autor seria o consumidor, portanto, toda a pessoa física que contrata, como destinatário final, a aquisição ou utilização de bens ou serviços[19].

Num sentido mais ampliativo, destaca o Professor CARLOS ALBERTO BITTAR[20] que o consumidor pode ser tanto a pessoa física quanto a pessoa jurídica, e bem assim a coletividade de pessoas ainda que indetermináveis, tendo em vista a clareza do texto do artigo 2º da Lei 8.078/90, com a condição de que constituam elas o “elo final da cadeia produtiva”.

ARRUDA ALVIM[21] também espousa tese ampliativa, defendendo a teoria objetiva no que concerne à conceituação de consumidor; assim sendo, pouco importaria que o consumidor seja ou não profissional, fazendo-se mister tão-somente que ele funcionasse como destinatário final do produto ou serviço[22].

V. A legislação estrangeira.

THIERRY BOURGOIGNIE[23] dá conta do conceito de consumidor inserido em alguns sistemas legislativos estrangeiros e contemporâneos.

Ressalta exemplificativamente, pois, o autor, que algumas delas, tais como a Lei de Regulamentação das Condições Gerais de Negócios da República Federal Alemã, de 9/12/76, o Unfair Contract Terms Act e o Supply of Goods and Services Act do Reino Unido, o Código Civil dos Países Baixos, o Contract Act da Dinamarca, e o Uniform Commercial Code dos Estados Unidos, não trazem qualquer menção de definição do consumidor[24].

Ainda segundo o autor belga, nota-se que no que se refere ao tema do crédito ao consumo, os legisladores têm optado apenas por definir o seu âmbito de não incidência, como, por

exemplo, a Lei de 12/6/91 da própria Bélgica, que define o consumidor como a pessoa que “age com um fim podendo ser considerado como estranho às suas atividades comerciais, profissionais ou artesanais”[25].

De qualquer sorte, e a par de outros exemplos, conclui THIERRY BOURGOIGNIE dizendo haver uma tendência legislativa em dois sentidos: conceituação negativa (por exclusão) e subjetiva (pelo uso privado dos bens ou serviços auferidos) de consumidor[26].

Especificamente no que tange ao direito português, e confirmando a idéia da quase que inexistência de conceitos de consumidor firmados noutras legislações estrangeiras, CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA[27] destaca que a Lei de Defesa do Consumidor de 22/8/81 define-o no seu artigo 2º como “todo aquele a quem sejam fornecidos bens ou serviços destinados ao seu uso privado por pessoa singular ou coletiva que, com caráter profissional, uma atividade econômica”[28]. Ressalta o autor português que tal definição se coaduna totalmente com o ceito doutrinário por ele defendido, eis que composto dos elementos subjetivo, objetivo e teleológico; por outro lado, obtempera que a lei portuguesa, não obstante não haja excluído as pessoas jurídicas de sua incidência enquanto consumidoras, também expressamente não as incluiu[29].

No que diz com o direito argentino, encontram-se as ponderações de SALVADOR D. BERGAL e MARTIN PAOLANTONIO[30] sobre a Lei 24.240 de 15/10/93. Dizem, pois, os autores, que os conceitos positivo e negativo de consumidor encontram-se, respectivamente, nos artigos 1º e 2º da nova lei, nestes termos: “se consideran consumidores o usuarios, las personas físicas ou jurídicas que contratan a titulo oneroso para su consumo final o beneficio propio o de su grupo familiar o social” e “quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros”[31].

Vê-se, portanto, que o legislador argentino, a par de adotar uma posição ampliativa ao incluir as pessoas jurídicas - desde que destinatárias finais do produto ou serviço - no rol

dos sujeitos ativos da relação de consumo, restringiu seu conceito ao exigir concomitantemente uma relação contratual e onerosa[32].

VI. A legislação brasileira como modelo de síntese conclusiva.

Conforme se depreende do artigo 2º da Lei 8.078/90, o legislador brasileiro parece ter adotado posição de vanguarda no cenário mundial, eis que adotou conceito bastante minucioso e claro no que tange à figura do consumidor.

De se salientar, portanto, que, pondo fim a qualquer discussão que ainda pudesse haver[33], o Código de Defesa do Consumidor admite que a pessoa jurídica, desde que destinatária final do produto ou serviço, seja beneficiada por suas normas protetivas.

Assume relevo, outrossim, na legislação brasileira, a equiparação da coletividade de pessoas que tenham intervindo na relação de consumo, ainda que indetermináveis, à figura do consumidor; trata-se, pois, da tutela dos interesses metaindividuais das categorias potenciais de consumidores[34].

Verifica-se, ademais, a prodigalidade do legislador brasileiro, diante de outros dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, notadamente os seus artigos 17 e 29; assim é que, para WALDÍRIO BULGARELLI[35], a Lei 8.078/90 também tratou como consumidores as vítimas do evento danoso do fato do produto e as pessoas ameaçadas ou expostas às práticas comerciais nela previstas.

VII. Bibliografia.

ALMEIDA, Carlos Ferreira de. Os Direitos dos Consumidores, Almeidina, 1982.

ALPA, Guido. Tutela del Consumatore e Controlli Sull'Impresa, Giuffrè, Milano, 1977.

ALVIM, Arruda. Código do Consumidor Comentado, RT, 2ª edição, 1995.

BENJAMIN, Antonio Hermen Vasconcelos e. O Conceito Jurídico de Consumidor, Revista dos Tribunais, volume 628.

BERGAL, Salvador D. e Martin Paolantonio. Anotaciones Sobre la Nueva Ley de Defensa del Consumidor de la Republica Argentina, Revista de Direito Mercantil, volume 92.

BITTAR, Carlos Alberto. Direitos do Consumidor, Forense Universitária, 4ª edição.

BOURGOIGNIE, Thierry. O Conceito Jurídico de Consumidor, Revista de Direito do Consumidor, RT, volume 2, março de 1992.

BULGARELLI, Waldírio. Questões Contratuais no Código de Defesa do Consumidor, Atlas, 1993.

DINIZ, Maria Helena. Compêndio de Introdução à Ciência do Direito, Saraiva, 7ª edição, 1995.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de Direitos do Consumidor, Atlas, 2ª edição, 1991.

HEILBRONER, Robert L. A Formação da Sociedade Econômica, Zahar Editores, 1984;

REALE, Miguel. Lições Preliminares de Direito, Saraiva, 22ª edição, 1995.

SILVA, José Afonso da. Curso de Direito Constitucional Positivo, Malheiros, 10ª edição, 1995.

Trabalho apresentado no curso de mestrado da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, sob a orientação da Professora Doutora Silmara Chinelato e Almeida - área de concentração Direito Civil.

\* Victor Santos Queiroz é Promotor de Justiça e Professor de Direito Civil da Faculdade de Direito de Campos.

-----

[1] in Lições Preliminares de Direito, Saraiva, 22ª edição, 1995, à página 211. No sentido da relevância do conceito de relação jurídica, veja-se, também, MARIA HELENA DINIZ, in Compêndio de Introdução à Ciência do Direito, Saraiva, 7ª edição, 1995, à página 459, segundo a qual, citando Del Vecchio, “a relação jurídica consiste num vínculo entre pessoas, em razão do qual uma pode pretender um bem a que outra é obrigada. Tal relação só existirá quando certas ações dos sujeitos, que constituem o âmbito pessoal de determinadas normas, forem relevantes no que atina ao caráter deontológico das normas aplicáveis à situação. Só haverá relação jurídica se o vínculo entre duas pessoas estiver normado, isto é, regulado por norma jurídica”.

[2] cf. MARIA HELENA DINIZ, obra citada, páginas 460/461. Para MIGUEL REALE, tal “fato propulsor” seria o “vínculo de atributividade” (cf. obra citada, página 213).

[3] CF. MIGUEL REALE, obra citada, página 211.

[4] Veja-se, a respeito, o que escreveu WALDÍRIO BULGARELLI, in Questões Contratuais no Código de Defesa do Consumidor, Atlas, 1993, à página 21, chamando Lei 8.078/90 de “microssistema normativo”, face à sua multidisciplinariedade.

[5] No que diz com a tutela constitucional das relações de consumo, vide JOSÉ AFONSO DA SILVA, in Curso de Direito Constitucional Positivo, Malheiros, 10ª edição, 1995, às páginas 254/256.

[6] Nesse sentido, veja-se GUIDO ALPA, in Tutela del Consumatore e Controlli Sull'Impresa, Giuffrè, Milano, 1977, às páginas 16 e seguintes.

[7] Veja-se ROBERT L. HEILBRONER, in A Formação da Sociedade Econômica, Zahar Editores, 1984, às páginas 170 e seguintes.

[8] Nesse sentido, veja-se CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA, in Os Direitos dos Consumidores, Almeidina, 1982, à página 203, para quem “há duas décadas, a palavra consumidor não surgia nos textos legislativos a não ser episodicamente; a doutrina jurídica européia que aos consumidores se refere não é ainda velha de dez anos”.

[9] in O Conceito Jurídico de Consumidor, Revista de Direito do Consumidor, RT, volume 2, março de 1992, às páginas 26 e seguintes.

[10] cf. obra citada, à página 28.

[11] cf. obra citada, às páginas 29 e seguintes.

[12] cf. obra citada na nota 8, às páginas 203 e seguintes.

[13] cf. obra citada, página 216.

[14] cf. obra citada, à página 56.

[15] CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA, in obra citada, à página 213, observa que tal definição ofertada por GUIDO ALPA “permite incluir, e é esse o seu escopo, não só o consumidor adquirente, como o consumidor lesado, tanto o consumidor contratante como o consumidor destinatário da publicidade ou da promoção de vendas”.

[16] in O Conceito Jurídico de Consumidor, Revista dos Tribunais, volume 628, às páginas 69 e seguintes.

[17] cf. obra citada, à página 77.

[18] in Manual de Direitos do Consumidor, Atlas, 2ª edição, 1991, à página 27.

[19] Não obstante sua concepção doutrinária, reconhece o autor o fato de a Lei 8.078/90 ter incluído as pessoas jurídicas no rol de consumidores; todavia, só as admite enquanto destinatárias finais (obra citada, página 28); ademais, conforme se infere dos comentários do autor ao Código de Defesa do Consumidor, Forense Universitária, 4ª edição, 1994, à página 27, “mais racional sejam consideradas aqui as pessoas jurídicas equiparadas aos consumidores hipossuficientes, ou seja, que não tenham fins lucrativos, mesmo porque, insista-se, a conceituação é indissociável do aspecto da mencionada hipossuficiência”.

[20] in Direitos do Consumidor, Forense Universitária, 4ª edição, à página 28.

[21] in Código do Consumidor Comentado, RT, 2ª edição, 1995, à página 23.

[22] Ao contrário de JOSÉ GERALDO BRITO FILOMENO, ARRUDA ALVIM entende que o requisito que marca a figura do consumidor não é a sua hipossuficiência, mas sim a sua vulnerabilidade, característica que também pode ser estendida às pessoas jurídicas com fins lucrativos no elo final da cadeia produtiva.

[23] cf. obra citada, às páginas 7 e seguintes.

[24] cf. obra citada, à página 8.

[25] cf. obra citada, à página 9.

[26] cf. obra citada, à página 10.

[27] cf. obra citada, às páginas 217 e seguintes.

[28] cf. obra citada, à página 221.

[29] cf. obra citada, à página 222.

[30] in Anotaciones Sobre la Nueva Ley de Defensa del Consumidor de la Republica Argentina, Revista de Direito Mercantil, volume 92, às páginas 22 e seguintes.

[31] cf. obra citada, à página 23.

[32] Os autores sob comento, à página 25 da sua obra, lamentam que o legislador argentino haja adotado esta posição restritiva, lembrando que teria sido mais adequado seguir-se o exemplo das legislações espanhola, brasileira, mexicana e venezuelana, que não limitam as relações de consumo às relações contratuais.

[33] cf. CARLOS ALBERTO BITTAR, in obra citada, à pagina 28. Em sentido contrário, veja-se a crítica de JOSÉ GERALDO BRITO FILOMENO, in Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, já citado, à página 30, em que o autor aduz que às pessoas jurídicas enquanto elo final da cadeia produtiva melhor se aplica o Código Comercial, em função da sua não vulnerabilidade.

[34] Veja-se, nesse sentido, CARLOS ALBERTO BITTAR, obra citada, à pagina 28, e JOSÉ GERALDO BRITO FILOMENO, in Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, já citado, às páginas 31 e 32.

[35] cf. obra citada, à página 27; no mesmo sentido, veja-se ARRUDA ALVIM, in obra citada, às páginas 24 e seguintes.

Disponível em: <http://200.255.4.99/artigos/consumidor.htm>

Acesso em: 13 de setembro de 2007