

OS PROBLEMAS DO CONCEITO DE CONSUMIDOR

Erick Brener de Oliveira Gomes, Rosita Maria Ferreira de Oliveira, 03814470303, William Paiva Marques Junior

A Revolução Industrial, ocorrida na Inglaterra entre os séculos XVIII e XIX, alterou substancialmente as relações econômicas, trabalhistas e consumeristas, ao trazer para as metrópoles um imenso contingente populacional, consequência do intenso êxodo rural, ávido pelo crescimento econômico e pelo interesse no consumo dos produtos novos. A ideia de satisfazer suas necessidades materiais e mudar de status era altamente atrativa, entretanto, permeada de problemas cujo lado mais fraco dessas relações consumeristas não podiam resolver. Daí surge o modelo replicado até os dias atuais de consumidores e fornecedores, regulado, no âmbito nacional, pelo Código do Consumidor que estabelece em seu art. 2º o conceito altamente controverso de consumidor. Esse conceito classifica o indivíduo consumidor como sendo o destinatário final do bem e/ou serviço fornecido. Nesse contexto objetiva-se analisar os problemas do conceito de consumidor no quesito de definição, amplitude e aplicação a nível do nosso ordenamento jurídico, perpassando as três principais teorias doutrinárias e o entendimento jurisprudencial acerca da temática. A pesquisa bibliográfica é utilizada como metodologia, por meio da análise de livros, artigos jurídicos, sites, documentos internacionais e da legislação. Dentre os resultados, concluiu-se de modo não definitivo, que o conceito, como tem entendido o STJ, deve levar em conta, para além do quesito destinatário final, a vulnerabilidade ou a hipossuficiência do consumidor.

Palavras-chave: CONSUMIDOR. DESTINATARIO FINAL. VULNERABILIDADE. CONCEITO.