

280

O CONCEITO DE CONSUMIDOR NA PERSPECTIVA DO STJ E A TEORIA DO FINALISMO APROFUNDADO. *Andressa Santos Michel, Claudia Lima Marques (orient.) (UFRGS).*

O Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/1990), através dos termos de seu art. 2º, dá margem ao surgimento de algumas teorias dispostas a esclarecer o conceito de consumidor, sujeito de direitos cuja proteção é a finalidade do legislador. Em regra, juristas dividem-se entre o finalismo, que prega a aplicação de critérios mais rígidos para a definição de consumidor; e o maximalismo, o qual sustenta a adoção de uma interpretação extensiva do art. 2º. Contudo, cabe consignar que a aplicação prática do CDC levou ao desenvolvimento de um novo conceito de consumidor, com o conseqüente surgimento de uma nova perspectiva da relação de consumo, baseada nas noções de consumidor final imediato e de vulnerabilidade. É o que prega a corrente do finalismo aprofundado, que trabalha a definição do art. 2º em conjunto com o disposto no art. 4º, inc. I, também do CDC. Assim, para entender o que pode ser enquadrado como relação de consumo no sistema jurídico brasileiro, é essencial analisar de que forma o Superior Tribunal de Justiça (STJ) vem aplicando a norma do art. 2º da legislação consumerista. Outrossim, cumpre verificar se o STJ abre espaço para a incorporação da definição de consumidor consoante a tese do finalismo aprofundado. Para tanto, proceder-se-á a um exame de doutrina, jurisprudência e legislação, com o levantamento dos resultados dessa análise. (PIBIC).