

RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR NAS RELAÇÕES JURÍDICAS DE CONSUMO

Milena Gilio da Silva ¹
Daniela Ferreira Dias Batista ²

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo favorecer algumas reflexões sobre a responsabilidade civil do fornecedor nas relações jurídicas de consumo. Atualmente, na sociedade de consumo em que vivemos, a responsabilidade do fornecedor é fator essencial para a efetivação dos direitos do consumidor, visto que, cada dia mais, este necessita da proteção jurídica das normas consumeristas, por ser a parte vulnerável da relação jurídica de consumo. Na sociedade de consumo os valores materiais se sobrepõem aos valores morais e pessoais, fazendo com que o consumidor seja classificado pelos bens de consumo que adquire ou utiliza. O Código de Defesa do Consumidor vem exatamente para proteger esse consumidor vulnerável classificando as responsabilidades do fornecedor em: responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço e responsabilidade pelo vício do produto e do serviço. Assim, estabelece o direito do consumidor à produtos e serviços com segurança e qualidade. Busca-se, com a pesquisa, demonstrar quais são essas responsabilidades perante os consumidores, destacando os elementos da relação jurídica de consumo: consumidor; fornecedor; serviços e produtos, bem como, os princípios fundamentais do estatuto consumerista e, a exceção da responsabilidade do profissional liberal.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidor; Fornecedor; Vício; Defeito e Responsabilidade Civil.

INTRODUÇÃO

O trabalho aqui desenvolvido trata da responsabilidade civil dos fornecedores prevista no Código de Defesa do Consumidor, especificamente das decorrentes das relações jurídicas de consumo, quanto aos vícios e defeitos dos produtos e serviços.

A partir do século XX, mais precisamente após a Segunda Guerra Mundial, houve um enorme e acelerado crescimento do capitalismo e de suas formas de produção em massa, decorrentes do advento das tecnologias de

¹ Acadêmica em Direito pelo Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM. Orientada por Daniela Ferreira Dias Batista. E-mail: milenagilio@outlook.com

² Mestre em Direito pelo Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIEVM. Especialista em Direito pela Universidade Estadual de Londrina – UEL. Bacharel em Direito pelo Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM. E-mail: danieladbatista@gmail.com

ponta e da facilitação e massificação da produção, que tornou, a princípio, o consumo mais acessível a diferentes classes socioeconômicas.

Logo, com todo esse processo de desenvolvimento, tornou-se necessário uma lei específica, capaz de atender todas as demandas provenientes das relações jurídicas de consumo. Vez que, a autonomia da vontade e a obrigatoriedade do contrato positivadas no Código Civil de 1916 não conseguiam lidar com as situações em massa, surgindo assim, um sistema autônomo, a Lei nº 8.078/90, chamado de Código de Defesa do Consumidor, privilegiando o coletivo e o difuso, rompendo com o tradicional direito privado, deixando de ser tipicamente individualista e passando a considerar que nem sempre as partes envolvidas estão em equilíbrio.

Esta pesquisa se justifica pelo fato de que atualmente com o crescente consumismo desequilibrado e inconsciente, aumentou-se a oferta de produtos e serviços, a fim de satisfazer os consumidores. Proporcionalmente, aumentou-se as responsabilidades dos fornecedores de disponibilizar no mercado produtos e serviços de qualidade, sem riscos à saúde e segurança do consumidor final.

É nítido, que este consumismo exacerbado não emana das necessidades dos indivíduos, e sim da imposição da sociedade, que estão valorizando cada vez mais os bens materiais e supérfluos, avaliando seus membros pelo modo que se vestem e pelo que possuem, incluindo-os ou excluindo-o através desse padrão de valores materiais, mesmo que muitas vezes essa avaliação não revele a verdadeira realidade socioeconômica das pessoas.

Observa-se assim, que houve a inversão de valores, onde ter roupas de grifes, celulares modernos, carros do ano, são considerados mais importantes do que as qualidades humanas, pessoais e de caráter, a avaliação da pessoa em si ou do cidadão social, é deixada em segundo plano.

Hoje em dia, a depreciação do consumismo tem como principal motivo, a facilidade nos momentos de aquisição de produtos e serviços, como por exemplo os inúmeros crediários, com parcelas numerosas, juros altos embutidos, valores baixos em cada parcela, tudo com a intenção de atrair os consumidores.

Diante desse cenário, surgem inúmeras indagações, que precisam ser analisadas, haja vista a importância e a necessidade da conscientização e informação dos consumidores. O que é considerado relação de consumo e quem são seus protagonistas? Quais os princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor? Quais as responsabilidades dos fornecedores de produtos e serviços? Quais as garantias asseguradas?

Tais questões foram estudadas e abordadas no presente artigo, sob o método dedutivo, mediante pesquisa bibliográfica, constituída de material já publicado como artigos científicos, legislação pertinente, jurisprudências, e livros. E, ademais, o método analítico, envolvendo estudo e avaliação profunda de informações disponíveis na história.

1. ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

Por tratar-se o Código de Defesa do Consumidor de um dispositivo amplo e complexo, deve o mesmo ser analisado de modo mais aprofundado e detalhado, destacando os elementos constitutivos da relação jurídica de consumo, a qual será objeto da aplicação do estatuto consumerista.

Dessa maneira, para que possamos definir uma relação jurídica de consumo faz-se necessário trazer conceitos, como o de consumidor, fornecedor, produtos e serviços, vez que são indispensáveis para a fácil identificação das relações de consumo, bem como para a efetivação das normas dispostas no Código de Defesa do Consumidor.

1.1. Conceito de Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor trouxe o conceito de consumidor com o propósito de esclarecimento e de uma maior abrangência do termo, no entanto, eventualmente, podem surgir problemas de interpretação, havendo uma necessidade de esclarecimentos.

O Artigo 2º, parágrafo único, do CDC prevê expressamente o conceito de consumidor:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquiere 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.

Inicialmente, se observa que o legislador propôs um conceito mais objetivo de consumidor, pensando somente na proteção daquele que não utiliza produtos e serviços com fins lucrativos. Assim, é necessário interpretarmos detalhadamente o artigo supramencionado, a começar pela expressão “destinatário final”.

O termo “destinatário final” nos traz um problema, vez que não se trata apenas de adquirir produtos ou serviços, mas como utiliza-los.

Nesse sentido, destaca Claudia Lima Marques que:

... o destinatário final é o consumidor final, o que retira o bem do mercado ao adquiri-lo ou simplesmente utilizá-lo (destinatário final fático), aquele que coloca um fim na cadeia de produção (destinatário final econômico), e não aquele que utiliza o bem para continuar a produzir, pois ele não é consumidor final, ele está transformando o bem, utilizando o bem, incluindo o serviço contratado no seu, para oferece-lo por sua vez ao seu cliente, seu consumidor, utilizando-o no seu serviço de construção, nos seus cálculos de preço, como insumo da sua produção. (MARQUES, 2010, p.106).

Para definir tal expressão, temos que analisar duas correntes a respeito do tema: a Finalista ou subjetiva e a Maximalista ou objetiva.

Primeiramente, a doutrina Finalista (ou subjetiva), que propõe uma interpretação restrita de consumidor, levando em consideração que apenas a parte mais vulnerável da relação deve ser amparada. Assim, explorando a doutrina finalista, que apresenta a necessidade de dar uma destinação econômica ao bem ou serviço, percebe-se a priori que seria impossível o reconhecimento da pessoa jurídica como consumidora ou do consumidor profissional.

Mas, houve uma evolução dos finalistas para uma posição mais branda, aceitando a possibilidade da pessoa jurídica ser considerada consumidora. Logo, quando utiliza-se o produto como matéria prima ou o serviço como parte do processo de produção, não seria uma relação de consumo, vez que a

pessoa jurídica conhece o material que está adquirindo, não havendo um desequilíbrio na relação. Porém, caso o serviço ou o bem não sejam materiais fundamentais para o desenvolvimento da produção ou serviço, ou seja, fora do campo da especialidade da empresa, poderia ser considerada consumidora. Como por exemplo, serviços de segurança em uma empresa têxtil.

Segundo, a corrente maximalista, fundamenta um conceito mais amplo e objetivo, em que o destinatário final é quem adquire ou utiliza o bem de consumo, sem revende-lo diretamente, não sendo relevante a destinação econômica do mesmo.

... veem nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não normas orientadas para proteger somente o consumidor não profissional. O CDC seria um código sobre o consumo, um código para a sociedade de consumo, o qual institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores ora e consumidores. A definição do art.2º deve ser interpretada o mais extensamente possível, para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior de relações no mercado. Consideram que a definição do art.2º é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço. Destinatário final, então, seria o destinatário fático do produto, aquele que retira do mercado e o utiliza, o consome, por exemplo, a fábrica de celulose, que compra carros para o transporte dos visitantes, o advogado que compra uma máquina de escrever para o seu escritório. (MARQUES, 2010, p.106)

Atualmente, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) se posicionou a respeito do termo “destinatário final” citado no art. 2º do CDC, consolidando a Teoria Finalista com certos abrandamentos, ou seja, será considerado consumidor quando ficar demonstrado no caso concreto sua vulnerabilidade em relação ao fornecedor, por isso, alguns doutrinadores, como Claudia Lima Marques, juntamente com Antônio Herman V. Benjamin e Bruno Miragem, chamam de Finalista Aprofundada ou Finalista Mitigada, como aquela que contem a melhor maneira de se interpretar o conceito de consumidor:

Desde a entrada em vigor do CC/2002, parece-me crescer uma tendência nova entre a jurisprudência, concentrada na noção de consumidor final imediato (endverbraucher) e de vulnerabilidade (art.4º, I), que poderíamos denominar finalismo aprofundado. (MARQUES, 2010, p.107)

O parágrafo único do artigo 2º do CDC, para proporcionar uma maior amplitude no campo de aplicação das normas consumeristas, acrescentou o termo “consumidor equiparado”, além dos consumidores *stricto sensu*. De modo que, mesmo que as pessoas assim consideradas fossem atingidas e prejudicadas pelos produtos e serviços dos fornecedores no mercado de consumo, estas ocupavam uma posição de vulnerabilidade, logo seriam amparadas pelas normas do CDC.

Nesse sentido, a utilização da expressão “que haja intervindo nas relações de consumo”, trata-se de uma extensão mais geral e genérica, considerando consumidor equiparado a coletividade de pessoas, mesmo que indetermináveis, que tenha de alguma forma intervindo nas relações de consumo. Como por exemplo, leite ingerido pelo marido da adquirente, cause-lhe alguma doença, caracteriza-se como consumidor equiparado e será amparado pelas normas do CDC.

1.2. Conceito de Fornecedor

O CDC aborda em seu artigo 3º o conceito de fornecedor, de modo simples, objetivo e podemos dizer genérico, isto é, sem exclusão de nenhum tipo de pessoa, considerando fornecedor toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, tanto quanto os entes despersonalizados.

O Código de Defesa do Consumidor em seu art. 3º, expõe o conceito de fornecedor:

Art. 3º 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.

Há uma distinção feita pelo CDC, em que o fornecedor é considerado gênero, e quando quer designar uma pessoa específica, fala-se em espécies: fabricante, construtor, produtor, comerciante, etc.

Mas, para identificar facilmente o fornecedor, deve levar em consideração a expressão “desenvolvem atividades”. Resumidamente, é

fornecedor aquele pratica determinada atividade regularmente ou modo eventual, de forma profissional e com o intuito de lucro.

João Batista de Almeida esclarece que:

Fornecedor é não apenas quem produz ou fabrica, industrial ou artesanalmente, em estabelecimentos industriais centralizados ou não, como também quem vende, ou seja, comercializa produtos no milhares e milhões de pontos de venda espalhados por todo território. Nesse ponto, portanto, a definição de fornecedor se distancia da de consumidor, pois, enquanto este há de ser o destinatário final, tal exigência já não se verifica quanto ao fornecedor, que pode ser o fabricante originário, o intermediário ou o comerciante, bastando que faça disso sua profissão ou atividade principal. (ALMEIDA,2015, p.65)

Desta forma, são considerados fornecedores tanto a pessoa jurídica, como a pessoa física, desde que se ajustem nos ditames do artigo. Assim, também como a pessoa jurídica pública, quando fornecerem serviços e produtos em que haja uma contraprestação direta pelos consumidores, como água, luz, telefone, entre outros. Os “entes despersonalizados”, estão aqui inseridos para evitar que a falta de personalidade jurídica seja um empecilho na hora de tutelar os consumidores, evitando possíveis prejuízos.

1.3. Conceito de produto e serviço

O Código de Defesa do Consumidor, não só dispõe em seu art.3º sobre os conceitos de fornecedor, como também traz em seus parágrafos definições, por certo, essenciais, de serviço e produto.

O CDC trouxe a definição de produto no §1º do art. 3º: “Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”.

É considerado um conceito amplo, que está diretamente ligado ao resultado final da produção no mercado de consumo.

Na definição, além de colocar a expressão “*qualquer bem*”, estabelece que poderá ser “móvel ou imóvel”, em seu conceito tradicional do direito civil ou ainda “*material ou imaterial*”, nos levando ao questionamento, o que seria considerado um produto imaterial? Primeiramente, deve-se ressaltar que a lei se preocupou em trazer conceitos genéricos, que assegure a relação jurídica

de consumo em toda compra e venda. Deste modo, podemos exemplificar bens imateriais como sendo aqueles adquiridos nas atividades bancárias, aplicação em renda fixa; caução de títulos, entre outros.

Ainda no que se refere aos produtos, há a divisão quanto a sua durabilidade, se não vejamos: a) Produtos duráveis: são aqueles produtos que podem ser utilizados várias vezes. Mas, é preciso ter consciência, que mesmo duráveis, tais produtos vão se desgastando naturalmente no decorrer do tempo e com seu uso, não podendo nestes casos falar em vícios. b) Não duráveis: são aqueles que se extinguem imediatamente no ato de consumo ou no decorrer de seu uso contínuo.

Esse conceito de produto é universal nos dias atuais e está estreitamente ligado à ideia do bem, resultado da produção no mercado de consumo das sociedades capitalistas contemporâneas. É vantajoso seu uso, pois o conceito passa a valer no meio jurídico e já era usado por todos os demais agentes do mercado (econômico, financeiro, de comunicação, etc.). (NUNES, 2014, p.137)

Em seguida, o conceito de serviço, foi abordado no §2º, do art.3º do CDC: “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”.

O legislador buscou definir serviço da forma mais completa possível. Lembrando que a enumeração é meramente exemplificativa, realçada pelo uso do pronome “qualquer”. Dessa maneira, conforme dispõe Rizzatto Nunes: “como bem a lei o diz, serviço é qualquer atividade fornecida ou, melhor dizendo, prestada no mercado de consumo.” (NUNES, 2014, p.142)

A enumeração específica dos serviços de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, feita pelo legislador, teve por objetivo evitar eventuais dúvidas quanto a natureza de tais relações e que conseguissem escapar de alguma maneira das aplicações do Código de Defesa do Consumidor. Situações que aconteceram, fazendo-se necessário a declaração do Poder Judiciário a respeito, editando a Súmula 297, afirmando o que a lei já dizia, “o Código de Defesa do Consumidor é aplicável as instituições financeiras”.

2. PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

2.1. Princípio da proteção à vida e a saúde do consumidor:

Este princípio veio com o objetivo de assegurar a qualidade de vida e saúde do consumidor, se preocupando com o bem-estar material, decorrendo da aquisição o produto ou serviço, moral e até mesmo psicológico do consumidor.

277

2.2. Princípio da transparência:

O princípio da transparência, está expresso no *caput* do art.4º do CDC. Em suma, é a obrigação do fornecedor de dar possibilidade ao consumidor em conhecer os produtos e serviços disponíveis, assim como deverá gerar no contrato a oportunidade de conhecimento prévio de seu conteúdo. É complementado com o Princípio do dever de informar (art.6º, inciso III) e a obrigação de apresentar previamente o conteúdo do contrato (art.46).

2.3. Princípio da Vulnerabilidade:

O Princípio da vulnerabilidade, está previsto no inciso, I do art.4º, onde admite que o consumidor é vulnerável, ou seja, a parte mais fraca da relação jurídica de consumo. Vulnerabilidade está que surge por meio de pelo menos três aspectos: técnico, jurídico e socioeconômico.

Técnico, pelo fato do consumidor estar à mercê dos conhecimentos técnicos específicos do fornecedor quanto aos seus produtos e serviços, ou seja, o consumidor é tecnicamente mais fraco do que o fornecedor jurídico e socioeconômico, pois normalmente, o fornecedor tem maior capacidade econômica em relação ao consumidor.

2.4. Princípio da intervenção do Estado e coibição de abusos:

O princípio da intervenção do Estado e coibição de abusos, é aquele que veio com a finalidade de garantir maior segurança do consumidor, quanto ao acesso a produtos de qualidade, confiáveis e com preços justos.

2.5. Princípio da equidade ou equilíbrio:

Tal Princípio surgiu para dar maior efetividade ao Princípio da Justiça (art.3º, I, CF), buscando relações jurídicas de consumo equilibradas, e tratamentos equitativos para ambas as partes da relação. Em suma, assegura direitos, assim como deveres tanto para o consumidor, quanto para o fornecedor, cada um com suas particularidades.

2.6. Princípio da conscientização do consumidor:

Este princípio, surgiu com a preocupação de demonstrar a importância da educação e conhecimento do consumidor, quanto aos seus direitos e deveres. Demonstrando ainda mais o objetivo do Código de Defesa do Consumidor, que é justamente o equilíbrio nas relações jurídicas de consumo e evitando conflitos, muitas vezes desnecessários.

2.7. Princípio do incentivo ao autocontrole:

Embora o Estado interfira assegurando equilíbrio nas relações de consumo, vem por meio deste princípio incentivar os fornecedores a evitar e solucionar problemas, que porventura, vierem a surgir, por meio da utilização de mecanismos criados e custeados pelos próprios fornecedores, como por exemplo, a disponibilização de serviços de atendimento ao consumidor; um controle mais rigoroso na qualidade e segurança dos produtos, entre outros mecanismo.

3. RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR

3.1. Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço:

A responsabilidade do fornecedor pelo fato do produto e do serviço, em regra, é objetiva, conforme estabelece o artigo 12 do CDC:

Art.12.O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

279

Consagrada a objetividade, nota-se que esta não se preocupa com a existência de culpa, tornando-se irrelevante, pelo fato de que leva-se em consideração a demonstração do dano causado ao consumidor por defeitos, insuficiência e inadequação das informações de produtos e defeitos disponíveis no mercado. Em suma, concentra-se nos produtos e serviços.

Vale salientar que a objetividade, decorre da teoria do risco criado, onde os fornecedores são os responsáveis legais para ressarcir danos pela mera colocação no mercado de consumo produtos e serviços que deveriam adequar-se aos princípios norteadores do CDC, principalmente quanto a saúde, segurança e bem-estar do consumidor.

Assim, conforme ensina João Batista de Almeida:

“...como regra, é o fornecedor o responsável pelo fato do produto ou do serviço (CDC, art.12), pelo simples fato de que o fabricante, o produtor, o construtor e o importador são os autores da colocação no mercado do produto defeituoso, sendo natural, portanto, que assumam os riscos dessa conduta e arquem com os encargos decorrentes da reparação de danos das atividades que lhes são próprias, como projeto, fabricação, construção, montagem, manipulação ou acondicionamento, além daquelas decorrentes de insuficiência ou inadequação de informações sobre utilização e riscos os produtos e serviços. Em todos os casos a responsabilidade se mostra clara e evidente, tendo em vista o elo entre o fornecedor e o produto ou serviço.” (ALMEIDA, 2015, pag.86-87).

Desta forma, não é proveitoso o réu alegar em sua defesa a inexistência de culpa ou dolo, por tratar-se de responsabilidade objetiva, devendo atentar-se em demonstrar que: a) não colocou o produto no mercado; b) que embora tenha disponibilizado, o defeito inexistente; c) a culpa é exclusiva do consumidor ou do terceiro.

3.2. Responsabilidade pelo vício do produto e do serviço:

Os vícios do produtos são tratados no artigo 18 do CDC, que dispõe:

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

O artigo supracitado regulamenta sobre vícios dos produtos de “*quantidade e qualidade*”, porém aborda especificamente o de qualidade, trazendo um rol meramente exemplificativo, de possíveis causas de vícios. Vale observar, que em seu parágrafo 6º, está expresso o que o legislador entende por produtos impróprios ao uso e consumo.

Segundo Rizzato Nunes (2014, pag.235), pela definição legal, o vício de qualidade é aquele que torna o produto impróprio ou inadequado para o fim que se destina, ou ainda que diminua o valor do produto ou, por fim, que esteja em desacordo com o contido nas informações prestadas pelo fornecedor.

Em suma, o vício é de qualidade quando não funciona de maneira adequada, não alcançando assim, a finalidade a que se destina.

Em se tratando de vício de quantidade, é aquele previsto no artigo 19, *caput* do CDC, que diz:

Art. 19. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

- I- O abatimento proporcional do preço;
- II- Complementação do peso ou medida;
- III- A substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios;
- IV- A restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.,

Logo, se dá o vício de quantidade toda vez que houver diferença nas porções indicadas nas embalagens, bem como a adquirida e paga pelo consumidor. Trata-se de uma simples desproporcionalidade entre pagamento e recebimento, ocasionando uma perda ao adquirente. Segundo Rizzatto Nunes (2014, pag.271), diferenças estas, entre as indicações constantes.

Quanto aos vícios de serviços, estão previstos no art.20 do CDC, regulando somente sobre vícios de serviços de qualidade, como se não pudesse ocorrer vícios de quantidade de serviços, o que não é verdade, assim, deve-se fazer uma extensão a interpretação do art.19, de forma que inclua os vícios de quantidade de serviços. O artigo traz:

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

- I- A reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;
- II- A restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III- Abatimento proporcional do preço.

§2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendem as normas regulamentares de prestabilidade.

Em seu parágrafo 2º, o legislador tenta esclarecer o que entende sobre impropriedade, porém, acaba confundindo os conceitos de improprio e inadequado. Deste modo, se faz necessário a sua distinção.

Improprio, é aquele onde há a perda da eficácia do serviço, ou seja, impede o seu uso. Já inadequado, é aquele que por mais que ocorra imperfeições nos serviços, há a possibilidade ainda de um uso parcial.

Os vícios de quantidade do serviço, conforme Rizzato Nunes (2014, pag.313), é toda e qualquer serviço prestado em quantidade menor do que aquela que foi contratada ou paga pelo consumidor ou ainda, aquela ofertada pelo fornecedor.

Podemos usar como exemplo, o serviço de guarda de veículos em tempo: hora, período, dias, semanas, meses, etc.

Conforme foi analisado no artigo 18, *caput*, do CDC, o legislador engloba na responsabilidade todos aqueles envolvidos nas atividades, que se dá pelo uso do termo genérico “fornecedores” e não de suas espécies. Assim, todos respondem solidariamente pelo produto ou serviços.

Desta forma, surge o direito de escolha do consumidor, onde este terá a faculdade de acionar qualquer um dos envolvidos.

O artigo traz ainda, em seu parágrafo 1º, que não sendo o vício de qualidade sanado no prazo máximo de 30 dias, o consumidor poderá exigir, optando pelo que melhor lhe satisfaça: I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso, caso não tenha a possibilidade de substituição do bem, poderá substituir por outro de espécie, marca ou modelo diverso, desde que haja complementação ou restituição de eventuais diferenças de valores; II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; III - o abatimento proporcional do preço.

Porém, é garantido expressamente a possibilidade de haver prazos diversos, convencionados entre as partes, desde que não seja inferior a sete e superior a cento e oitenta dias.

Ainda, poderá o consumidor fazer o uso imediato das alternativas estabelecidas no parágrafo 1º, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

Em relação ao vícios de quantidade, a responsabilidade é solidaria, entretanto, não há a fixação de prazo, podendo o consumidor exigir:

O abatimento proporcional do preço;

Complementação do peso ou medida;

A substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios;

A restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

Tratando dos vícios dos serviços, disposto no artigo 20, *caput*, do CDC, é responsável o “fornecedor”, o termo é utilizado no singular, se referindo ao fornecedor direito, ou seja, ao prestador de serviços. Porém, deve-se ressaltar que mesmo que se estabeleça a responsabilidade do fornecedor direito, não deixará de existir a solidariedade, vez que há normas expressas a respeito e em muitos casos e tipos de serviços prestados o fornecedor utiliza serviços e produtos de terceiros.

Neste caso, também não há prazo especificado, podendo o consumidor exigir, alternativamente e a sua escolha as hipóteses dispostas no art.20, incisos I a III.

3.3. Responsabilidade do profissional liberal

A responsabilidade do profissional liberal é tratada de maneira diversa da regra abordada na responsabilidade civil objetiva. Assim dispõe o parágrafo 4º do artigo 14 do CDC:

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Deste modo, verifica-se a única exceção no que tange a responsabilidade civil objetiva, instituída pelo CDC, submetendo o profissional liberal a uma obrigação de indenizar, diversa, onde se analisará a subjetividade, ou seja, a culpa ou dolo do profissional.

Rizzato Nunes (2014, pag.411/412), traz uma conclusão geral a respeito: “a responsabilidade do profissional liberal em caso de defeito ou de vício da prestação de seu serviço será apurada mediante culpa, sendo que isso:

a) Independe do fato de o serviço prestado efetivamente com a característica *intuitu personae*, firmado na confiança pessoal ou não;

b) Também independe de o profissional da atividade exercida ser de meio ou fim;

c) Ainda independe de o profissional liberal ter ou não constituído sociedade profissional. O que descaracteriza a atividade não é a pessoa jurídica em si, mas a atividade, que em alguns casos pode ser típica de massas;

d) Acresça-se que o profissional liberal deve ser caracterizado pela atividade que exerce e, ainda, que a prerrogativa estabelecida no CDC é pessoal, não gerando o mesmo benefício ao prestador do serviço que age como empreendedor que assume risco, com cálculo de custo-benefício e oferta de massa, etc., elementos típicos do explorador do mercado de consumo.

Deste modo, podemos concluir e destacar as características dos profissionais liberais, como autonomia profissional, sem subordinação, poder de mando, prestação das principais partes do serviços pessoalmente, criação de regras próprias de atendimento, porém, tudo dentro do permitido por lei. Assim, com a identificação do profissional como liberal, sua responsabilidade nos vícios e defeitos da prestação de serviços, será mediante a apuração de culpa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o aumento das necessidades dos indivíduos e de produtos e serviços que atendessem a essa demanda, desenvolveu-se as produções em massa e a colocação no mercado de consumo, aumentando-se consequentemente defeitos e vícios dos produtos e serviços disponibilizados, mesmo com todo o controle na fabricação e prestação destes. Desta forma, foi imprescindível a criação de uma lei que garantisse ao consumidor, a parte mais vulnerável da relação, direitos de reparação, substituição ou até mesmo abatimento no preço dos produtos e serviços defeituosos ou com vícios.

O Código de Defesa do Consumidor, surgiu com o intuito principal de equilibrar as relações jurídicas de consumo, trazendo direitos e deveres para ambas as partes, e quanto aos defeitos e vícios dos produtos e serviços, em especial, a responsabilidade civil dos fornecedores, tendo como escopo oferecer maior efetivação a lei, no caso, os direitos dos consumidores

prejudicados. Em regra, fala-se da responsabilidade objetiva, ou seja, independentemente da existência de culpa, que será somente relevante e discutida na responsabilidade dos profissionais liberais, por tratar-se de exceção.

Por todo o exposto, podemos concluir que o Código de Defesa do Consumidor é fundamental ao desenvolvimento social e econômico dos ser humano quanto indivíduo e coletividade. Além de facilitar o acesso à reparação dos danos causados ao consumidores, por meio do tema da responsabilidade civil do fornecedor, que tem o dever de disponibilizar produtos e prestar serviços de qualidade, que não causam riscos à saúde e segurança do consumidor. Equilibrando, portanto, as relações jurídicas decorrentes do consumo, com a maior proteção do consumidor vulnerável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, João Batista de Almeida. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2015.

CDC - Código de Defesa do Consumidor. **Lei 8.078/90**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 05 setembro. 2015.

DRESCH, Rafael de Freitas Valle. **Fundamentos da Responsabilidade Civil pelo Fato do Produto e do Serviço- Um Debate Jurídico- Filosófico entre o Formalismo e o Funcionalismo no Direito Privado**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso Fundamental de Direito do Consumidor**. São Paulo: Atlas S.A, 2008.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do Consumidor, código comentado e jurisprudência**. 10^a ed. rev. ampl. e atual. Editora. JusPODIVM, Salvador: Bahia. 2013.

MARQUES, Claudia Lima. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

NUNES, Luis Antônio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2014.

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito do Consumidor**, Direito Material e Processual. São Paulo: Editora Método, 2014.