

INSTITUTO VALE DO CRICARÉ
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
CURSO DE DIREITO

CLAUDIR AMARILDO DOS SANTOS

**A RESPONSABILIDADE PELO VÍCIO DO PRODUTO OU SERVIÇO NAS
RELAÇÕES DE CONSUMO**

SÃO MATEUS
2020

CLAUDIR AMARILDO DOS SANTOS

**A RESPONSABILIDADE PELO VÍCIO DO PRODUTO OU SERVIÇO NAS
RELAÇÕES DE CONSUMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Direito da Faculdade Vale do Cricaré, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Me. Aline Pinheiro Lima Camargo

SÃO MATEUS

2020

CLAUDIR AMARILDO DOS SANTOS

**A RESPONSABILIDADE PELO VÍCIO DO PRODUTO OU SERVIÇO NAS
RELAÇÕES DE CONSUMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Direito da Faculdade Vale do Cricaré, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Aprovado em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

**PROF. NOME COMPLETO
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
ORIENTADOR**

**PROF. NOME COMPLETO
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

**PROF. NOME COMPLETO
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

SÃO MATEUS

2020

A Deus, razão da minha existência.

AGRADECIMENTOS

À orientadora, Prof. Aline Pinheiro Lima Camargo, pela competência e respeito com que conduziu este processo, do alvorecer da ideia até a sua síntese.

À minha família, pelo apoio incondicional.

Aos meus amigos e parceiros de sala, que acompanharam a minha trajetória.

À Faculdade Vale do Cricaré pelo apoio na realização desta pesquisa.

A justiça não consiste em ser neutro entre o certo e o errado, mas em descobrir o certo e sustentá-lo, onde quer que ele se encontre, contra o errado.

Theodore Roosevelt

RESUMO

A responsabilidade pelo vício do produto ou serviço nas relações de consumo constitui o tema central do presente trabalho. Conforme bem conceitua o Código de Defesa do Consumidor, Vício constitui um problema que compromete o bom funcionamento do produto, ou torna o serviço impróprio ao fim a que se destina. O estudo possui como premissa, portanto, demonstrar o contexto jurídico que constitui o vício trazido pelo Código de Defesa do Consumidor. Para tanto faz-se uma breve abordagem sobre a relação de consumo, os elementos necessários à sua configuração, e os conceitos de consumidor, fornecedor, produto e serviço, com o intuito de propiciar a compreensão do tema e demonstrar quem faz parte da relação de consumo. O objetivo deste trabalho foi apontar a responsabilidade dos fornecedores de produtos e serviços, no mercado de consumo, bem como o prazo conferido pela lei, para correção do vício, pelos responsáveis. Os resultados foram analisados minuciosamente e constatou-se que concernente ao vício, a responsabilidade é solidária, o que inclui todos os envolvidos na relação de consumo.

Palavras-chave: Responsabilidade. Vício. Relação. Consumo.

ABSTRACT

Responsibility for addiction to the product or service in consumer relations is the central theme of this work. As defined in the Consumer Protection Code, Addiction constitutes a problem that compromises the proper functioning of the product, or makes the service improper for its intended purpose. The study's premise, therefore, is to demonstrate the legal context that constitutes the addiction brought by the Consumer Protection Code. For this purpose, a brief approach is made about the consumption relationship, the elements necessary for its configuration, and the concepts of consumer, supplier, product and service, in order to provide an understanding of the theme and demonstrate who is part of the relationship. consumption. The objective of this work was to point out the responsibility of the suppliers of products and services, in the consumer market, as well as the deadline given by the law, to correct the addiction, by those responsible. The results were carefully analyzed and it was found that with regard to addiction, the responsibility is solidary, which includes everyone involved in the consumption relationship.

Keywords: Responsibility. Addiction. Relationship. Consumption.

LISTA DE SIGLAS

CDC Código de Defesa do Consumidor
CC Código Civil
STJ Superior Tribunal de Justiça
CLT Consolidação das Leis do Trabalho
ART Artigo

SUMÁRIO

1					
INTRODUÇÃO				11
2 ELEMENTOS DA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO				13
2.1 ELEMENTOS SUBJETIVOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO				13
2.1.1 Consumidor				14
2.1.2 Fornecedor				15
2.2 ELEMENTOS OBJETIVOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO				16
2.2.1 Produto				17
2.2.2 Serviço				18
2.3 ELEMENTO FINALÍSTICO DA RELAÇÃO DE CONSUMO				20
3 TEORIAS QUE EXPLICAM QUEM É O DESTINATÁRIO FINAL DE UM BEM DE CONSUMO				22
3.1 TEORIA FINALISTA				22
3.2 TEORIA MAXIMALISTA				23
3.3 TEORIA FINALISTA TEMPERADA				23
4 VÍCIO DO PRODUTO				26
4.1 VÍCIO APARENTE				27
4.2 VÍCIO OCULTO				27
4.3		VÍCIO			DE
QUALIDADE				28
4.4		VÍCIO			DE
QUANTIDADE				30
5 RESPONSÁVEIS PELA REPARAÇÃO EM CASO DE VÍCIO NO PRODUTO				33
6		VÍCIO			NO
SERVIÇO				37
7 RESPONSÁVEIS PELA REPARAÇÃO EM CASO DE VÍCIO NO SERVIÇO				40
8	PRAZO	PARA	RECLAMAR	PELO	
VÍCIO				43
9	PRAZO	PARA	SANAR	O	
VÍCIO				45

CONCLUSÃO.....	47
REFERÊNCIA.....	49

1INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca uma reflexão sobre a responsabilidade do fornecedor de produtos ou serviço pela ocorrência do chamado vício. Essa reflexão possui a premissa de demonstrar o entendimento atual, apresentando os direitos do consumidor, bem como as obrigações dos fornecedores.

Para sedimentar o entendimento foi necessário conceituar a relação de consumo, critério essencial para aplicação da lei consumerista, abordando os elementos que integram esta relação.

Nesse entendimento verificou-se que, para se ter aplicação do Código de Defesa de Defesa do Consumidor, é necessária a configuração da chamada relação de consumo. Neste contexto, a relação de consumo estará configurada, quando presentes os três elementos essenciais a sua formação. São eles o Elemento Subjetivo, o elemento Objetivo e o elemento finalístico.

O elemento subjetivo refere-se aos sujeitos que fazem parte da relação de consumo, quais sejam, o consumidor e o fornecedor. O elemento objetivo constitui o objeto sobre o qual recai a relação jurídica, sendo neste caso, um produto ou serviço. Já o elemento finalístico diz respeito a destinação final dada ao produto ou aquisição do serviço.

Para contextualizar e explicar os elementos acima citados, foi necessário no primeiro momento, conceituar a relação de consumo, bem como os elementos para sua configuração. Ainda neste contexto, foi essencial abordar os conceitos de consumidor, fornecedor, produto e serviço, bem como as teorias que explicam a destinação final trazida pelo Código de Defesa do Consumidor.

O terceiro capítulo aborda cada uma das teorias que explicam quem é o destinatário final do bem de consumo. Assim, a pesquisa destaca as teorias finalista, maximalista e finalista aprofundada, esta última, adotada atualmente pelo Superior Tribunal de Justiça.

O quarto capítulo por sua vez, trata do vício no produto, trazendo o entendimento de que o vício constitui um problema relacionado ao funcionamento do produto, e que portanto, sua existência causa um prejuízo patrimonial ao consumidor.

A responsabilidade pela ocorrência do vício no produto é tratada no quinto capítulo, que traz a informação acerca da responsabilidade solidária entre os

envolvidos na relação de consumo. Assim, em virtude dessa solidariedade, poderá o consumidor exigir seus direitos em face de todos os fornecedores, ou somente em face de apenas um.

O sexto capítulo versa sobre o vício no serviço, ou seja, o problema que compromete a eficácia do serviço prestado, tornando-o impróprio ao fim ao que se destina. Da mesma forma que no vício do produto, a responsabilidade pelo vício no serviço é solidária entre os fornecedores de serviços, conforme dispõe o capítulo sete.

Já os capítulos oito e nove, retratam respectivamente, o prazo que o consumidor tem para reclamar pelo vício, sendo de trinta dias para produtos não duráveis noventa dias para produtos duráveis, e o prazo que o fornecedor tem para sanar o vício, que conforme determina a lei consumerista é de trinta dias.

Justifica-se o presente trabalho por tratar-se de um tema importante na seara do Direito do Consumidor, em especial, àquele que está iniciando sua militância na área consumerista, uma vez que constitui objeto constante de discussões doutrinárias. Ao contrário do que muitos pensam, o direito inicial do consumidor é o reparo do produto viciado no prazo de trinta dias.

A pesquisa possui como premissa trazer a todos uma reflexão acerca do Direito do Consumidor, concernente a responsabilidade pelo vício ocorrido nos produtos e serviços adquiridos pelo consumidor.

Para realização da pesquisa, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, análise legislativas e decisões proferidas pelos Tribunais Superiores, com o objetivo geral de refletir sobre o instituto da responsabilidade, no âmbito da legislação consumerista, no que se refere a ocorrência de vício nos produtos ou serviços objeto da relação de consumo.

2 ELEMENTOS DA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

O Código de Defesa do Consumidor, lei 8.078/90, visa proteger os direitos do consumidor, sendo aplicável as relações de consumo. Imperioso destacar que não será toda e qualquer relação jurídica de compra e venda que terá a aplicação da lei consumerista, sendo certo que, para justificar a incidência da lei em comento, é necessária a configuração da chamada relação jurídica de consumo.

Densa (2014, p. 15), afirma que “A lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, denominada Código de Defesa do Consumidor, somente será aplicada se houver relação jurídica de consumo [...]”.

Sobre o tema, Maria Helena Diniz, citando Del Vecchio, aponta que:

[...] 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 pessoas estiver normado, isto é, regulado por norma jurídica, que tem por escopo protegê-lo. (DINIZ, 2010, p. 515).

Desse modo, para configuração da relação de consumo, haverá um vínculo entre os sujeitos elencados no Código de Defesa do Consumidor.

Para Densa (2014), é necessária a presença de três elementos para configurar a relação jurídica de consumo, quais sejam, os elementos subjetivo, objetivo e finalístico.

O elemento subjetivo constitui os sujeitos envolvidos na relação, ou seja, o consumidor e o fornecedor. O elemento objetivo por sua vez, é o objeto sobre o qual recai a relação, um produto ou um serviço. Já o elemento finalístico significa que o consumidor deve adquirir o produto ou serviço como destinatário final.

2.1 ELEMENTOS SUBJETIVOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

A lei consumerista trouxe a figura do consumidor e do fornecedor como elementos subjetivos da relação de consumo. Trata-se das partes envolvidas na relação. Neste sentido vale ressaltar que:

[...] Na relação de consumo, tais elementos são o fornecedor de produtos e o prestador de serviços – de um lado - e o consumidor - do outro lado. Na grande maioria das vezes, as partes são credoras e devedoras entre si, eis que prevalecem nas relações de consumo as hipóteses em que há proporcionalidade das prestações (Sinalagma). Isso ocorre, por exemplo, na compra e venda de consumo e na prestação de serviços, principais situações negociais típicas de consumo [...] (DINIZ apud TARTUCE, 2013, p.66).

Os elementos subjetivos portanto, consistem nos sujeitos da relação de consumo, ou seja, o consumidor e o fornecedor cuja a abordagem será feita a seguir.

2.1.1 Consumidor

Conforme dispõe o artigo 2º da lei consumerista, “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. (Brasil, 1990).

Há também, segundo o parágrafo único, a figura do consumidor por equiparação, sendo este a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Assim, conforme a lei 8.078/90, famoso CDC, consumidor pode ser a pessoa física; jurídica e a coletividade de pessoas, também chamada de consumidor por equiparação.

Embora o CDC tenha trazido o conceito de consumidor, cabe ressaltar que existe discussão doutrinária e jurisprudencial a respeito da expressão “destinatário final” constante no artigo 2º do diploma consumerista.

Almeida citando Miragem, a respeito da qualificação “destinatário final” aduz que:

O destinatário fático, ou seja, aquele que ao realizar o ato de consumo (adquirir ou utilizar) retira o produto ou serviço do mercado de consumo, usufruindo de modo definitivo sua utilidade.

O destinatário fático e econômico do produto ou serviço em questão. Neste último caso, é destinatário final por ter praticado ato de consumo e não pela aquisição de insumos que posteriormente reempregará na atividade no mercado, transformando-os em outros produtos ou aproveitando-os no oferecimento de algum outro serviço. (ALMEIDA apud MIRAGEM, 2020, p. 100).

Assim, conforme a citação colacionada, a interpretação da expressão “destinatário final” irá interferir diretamente no tema pessoa jurídica-consumidora para identificar se esta poderá valer-se ou não dos direitos e prerrogativas inerentes na lei consumerista.

Tal entendimento se dá pelo fato de que, se considerarmos o consumidor como o destinatário fático do produto ou do serviço, ou seja, aquele que retira o produto ou serviço do mercado de consumo, a pessoa jurídica se enquadraria perfeitamente no conceito de consumidor.

No entanto, em contexto diametralmente oposto, a pessoa jurídica não seria considerada destinatária final se a abrangência deste qualificativo exigisse, além da destinação fática, o consumo efetivo do produto e do serviço (destinação econômica). Isto porque uma empresa geralmente adquire um produto ou contrata um serviço para integrar a cadeia produtiva, ou seja, para produzir novos bens ou serviços.

Almeida (2020, p. 100) citando Miragem afirma “que o conceito de consumidor deve ser interpretado a partir de dois elementos: a) a aplicação do princípio da vulnerabilidade; e b) a destinação econômica não profissional do produto ou do serviço.”

O autor entende que não é possível reempregar produto ou serviço no mercado de consumo com objetivo de lucro, salvo excepcionalmente para algumas empresas de pequeno porte, quando comprovadamente forem as vulneráveis da relação, podendo ser consideradas consumidores para a incidência das normas do CDC.

Assim, apesar da pessoa jurídica figurar dentro do artigo 2º da lei 8078/90, como consumidora, é necessário preencher o requisito da vulnerabilidade

2.1.2 Fornecedor

Conforme conceitua o Caput do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, “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”. (Brasil, 1990).

A expressão “Fornecedor” é gênero, tendo como espécies todos que desenvolvem atividades econômicas no mercado de consumo oferecendo produtos ou serviços, compreendendo: o produtor, criador, fabricante, construtor, transformador, exportador, importador, distribuidor, comerciante e prestador de serviços.

Tem-se, por conseguinte, que fornecedor é qualquer pessoa física, ou seja, qualquer pessoa que, a título singular, mediante desempenho de atividade mercantil ou civil e de forma habitual ofereça no mercado produtos ou serviços, e a jurídica, da mesma forma mas em associação mercantil ou civil e de forma habitual (FILOMENO, 2004, P. 43)

Nota-se que a intenção do legislador foi classificar como fornecedor, todos aqueles que desempenham atividades tipicamente profissionais, de forma remunerada, excluindo da relação de consumo, no entanto, aqueles que eventualmente tenham colocado produto ou serviço no mercado de consumo sem o caráter profissional.

Densa (2014, p.26), afirma que “O requisito fundamental para a caracterização do fornecedor na relação jurídica de consumo é a *habitualidade*, ou seja, o exercício contínuo de determinado serviço ou fornecimento de produto.”

Para a autora, a habitualidade na prestação do serviço, ou fornecimento dos produtos, constitui requisito essencial para caracterização do elemento subjetivo fornecedor, nas relações de consumo.

Na mesma linha, Flávio Tartuce (2013, p. 68), afirma que “[...] se alguém atuar de forma isolada, em um ato único, não poderá se enquadrar como fornecedor ou prestador, como na hipótese de quem vende bens pela primeira vez, ou esporadicamente, com ou sem o intuito concreto de lucro [...]”.

Assim, evidente que não pode ser considerado fornecedor aquele que vende o carro, com a finalidade de simplesmente comprar um novo.

2.2 ELEMENTOS OBJETIVOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

Conforme abordado anteriormente, a lei 8.078/90 será aplicada às relações de consumo. Neste sentido, cabe mencionar que a configuração da relação de consumo exige a presença de alguns elementos, dentre eles, o elemento objetivo que constitui o objeto sobre o qual recai a relação de consumo.

Portanto, são elementos objetivos, que fazem nascer a relação de consumo, o produto e o serviço, conceituados no artigo 3º do CDC, cuja abordagem será feita nos tópicos a seguir.

2.2.1 Produto

De acordo com o artigo 3º, parágrafo 1º do Código de Defesa do Consumidor, produto é qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial. Assim, para o CDC, qualquer bem, suscetível de apropriação e que tenha valor econômico, é considerado produto nos termos da lei consumerista.

Rizzato (2007, p.113), afirma que “esse conceito é universal nos dias atuais e está estreitamente ligado à ideia de bem, resultado da produção no mercado de consumo das sociedades capitalistas contemporâneas.”

Como bem aponta o autor, o CDC não adentrou na divergência existente entre os grandes civilistas, no que se refere aos conceitos de bens e coisas, preferindo, o legislador, utilizar o termo produto.

Conforme a lei consumerista, o produto pode ser um bem móvel ou imóvel. O bem móvel é aquele que pode ser transportado sem comprometer a sua integridade.

O Código Civil Brasileiro (CC), em seu artigo 82, conceitua bem móvel como “São móveis os bens suscetíveis de movimento próprio, ou de remoção por força alheia, sem alteração da substância ou da destinação econômico-social.” (Brasil, 2002).

O bem imóvel, por sua vez, é aquele cujo transporte ou remoção implica em sua destruição ou deterioração, como bem conceitua o artigo 79 do CC, que dispõe que “São bens imóveis o solo e tudo quanto se lhe incorporar natural ou artificialmente.” (Brasil, 2002).

O produto pode ainda ser um bem material (corpóreo ou tangível) ou imaterial (incorpóreo ou intangível). Interessante mencionar que o Código Civil não conceituou o que é bem material ou imaterial, como bem aponta Densa:

O conceito de bens materiais e imateriais, por sua vez, não é trazido pelo Código Civil. Os bens Materiais (ou corpóreos) são aqueles que detém forma física e que podem ser percebidos pelos sentidos humanos. Assim, tudo o que tem forma ou é materializado pode ser considerado bem material: carro, caneta, tênis ou relógio.

O bem imaterial (ou incorpóreo), por sua vez, é aquele que não detém forma física, que não pode ser perceptível aos sentidos humanos, mas pode ser objeto de uma relação de consumo. (DENSA, 2014, p. 30).

Portanto, conforme bem pontua a autora, um computador constitui um bem material, ao passo que o software representa um exemplo de bem imaterial.

2.2.2 Serviço

Como bem conceitua o CDC, em seu artigo 3º, parágrafo 2º, “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.” (Brasil, 1990).

Nos termos da lei, serviço é toda atividade prestada em favor do consumidor. conforme se extrai do texto da lei, as atividades bancárias, financeiras, de crédito e securitárias figuram como inclusas no rol de serviços, para que não houvesse dúvida quanto à incidência do CDC para estas atividades.

Entendimento já pacificado nos tribunais superiores, quanto a incidência das normas consumeristas aos contratos bancários, sedimentando a aplicabilidade do parágrafo 2º que inseriu tais instituições na definição de prestadores de serviços abarcados pelo CDC.

Interessante esclarecer que, apesar da lei mencionar de forma expressa, a remuneração, atribuindo assim um caráter oneroso ao “serviço” mencionado no CDC, admite-se que o prestador tenha vantagens indiretas, sem que isso prejudique a qualificação da relação de consumo.

Exemplos claros são os estacionamento gratuitos dos supermercados ou shoppings, que na verdade são aparentemente gratuitos, configurando o que a doutrina chama de remuneração indireta.

Densa, (2014, p. 32), afirma que “esta remuneração pode ser feita direta ou indiretamente pelo consumidor. Muitas vezes o produto ou serviço é oferecido gratuitamente ao consumidor, mas o custo daí inerente está embutido em outros pagamentos efetuados pelo consumidor.”

Seria o caso, por exemplo, da instalação “gratuita” do rádio, do automóvel, adquirido. Evidente que haverá incidência das regras do Código de Defesa do Consumidor, para o serviço de instalação prestado, já que neste caso, trata-se da chamada remuneração indireta.

Insta salientar, no entanto, no que diz respeito ao estacionamento gratuito, a 2ª seção do Superior Tribunal de Justiça (STJ), entendeu que o estabelecimento comercial não pode ser responsabilizado por prejuízos decorrentes de assalto à mão armada ocorrido em seu estacionamento quando este representa mera comodidade aos consumidores e está situado em área aberta, gratuita e de livre acesso.

RECURSO ESPECIAL. AÇÃO INDENIZATÓRIA. DANOS MORAIS E MATERIAIS. ROUBO DE MOTOCICLETA. EMPREGO DE ARMA DE FOGO. ÁREA EXTERNA DE LANCHONETE. ESTACIONAMENTO GRATUITO. CASO FORTUITO OU FORÇA MAIOR. FORTUITO EXTERNO. SÚMULA Nº 130/STJ. INAPLICABILIDADE AO CASO.

1. Ação indenizatória promovida por cliente, vítima do roubo de sua motocicleta no estacionamento externo e gratuito oferecido por lanchonete.

2. Acórdão recorrido que, entendendo aplicável à hipótese a inteligência da Súmula nº 130/STJ, concluiu pela procedência parcial do pedido autoral, condenando a requerida a reparar a vítima do crime de roubo pelo prejuízo material por ela suportado.

3. A teor do que dispõe a Súmula nº 130/STJ, a empresa responde, perante o cliente, pela reparação de dano ou furto de veículos ocorridos no seu estacionamento.

4. Em casos de roubo, a jurisprudência desta Corte tem admitido a interpretação extensiva da Súmula nº 130/STJ para entender configurado o dever de indenizar de estabelecimentos comerciais quando o crime for praticado no estacionamento de empresas destinadas à exploração econômica direta da referida atividade (hipótese em que configurado fortuito interno) ou quando esta for explorada de forma indireta por grandes shopping centers ou redes de hipermercados (hipótese em que o dever de reparar resulta da frustração de legítima expectativa de segurança do consumidor). 5. No caso, a prática do crime de roubo, com emprego inclusive de arma de fogo, de cliente de lanchonete fast-food, ocorrido no estacionamento externo e gratuito por ela oferecido, constitui verdadeira hipótese de caso fortuito (ou motivo de força maior) que afasta do estabelecimento comercial proprietário da mencionada área o dever de indenizar (art. 393 do Código Civil).

6. Recurso especial provido. (STJ, EResp nº 1.431.606 – SP, Relatora: Ministra MARIA ISABEL GALLOTTI, data de julgamento: 27 de março de 2019).

Impende destacar que, conforme o entendimento mencionado, no caso apreciado, entendo

Abordando a questão do serviço totalmente gratuito, Almeida aponta que:

[...] serviço totalmente gratuito, que estaria fora do conceito de objeto da relação de consumo, seria aquele prestado: sem qualquer tipo de remuneração (nem direta, nem indireta), isto é, não há ressarcimento dos custos de forma alguma; ou em razão da natureza do serviço, o seu prestador não tenha cobrado o preço. [...] (ALMEIDA, 2020, p. 191)

Almeida, (2020, p.191), citando Rizzatto Nunes aponta que “médico que atenda uma pessoa que está passando mal na rua e nada cobre por isso enquadra-se na hipótese legal de não recebimento de remuneração”.

No entendimento do autor, o serviço prestado, nessas condições, constitui verdadeira benesse.

No que diz respeito as atividades de caráter trabalhista, interessante destacar que preocupou-se o legislador em excluí-las da aplicação do CDC.

A explicação se dá por vários motivos, dentre eles, a existência de lei própria (CLT – Consolidação das leis do Trabalho), disciplinando o assunto. Neste sentido, Almeida citando Miragem, aponta que:

Basicamente são três os fundamentos da exclusão das relações trabalhistas como objeto da relação jurídica de consumo na visão da doutrina: existência de lei específica regulatória das relações empregatícias, a Consolidação das Leis do Trabalho — CLT; a posição constitucional em que se encontram os direitos dos trabalhadores (direitos fundamentais sociais, arts. 6º e 7º da Constituição Federal); uma justiça especializada para dirimir os conflitos de interesses decorrentes das relações de emprego (a Justiça do Trabalho). (ALMEIDA apud MIRAGEM, 2020, p. 192)

Neste sentido, conforme bem explicado pelo autor, não é aplicável, às relações de caráter trabalhista, a legislação consumerista.

2.3 ELEMENTO FINALÍSTICO DA RELAÇÃO DE CONSUMO

O elemento finalístico da relação de consumo demonstra a ideia de que o consumidor deve adquirir o produto ou serviço como destinatário final. A lei consumerista fez essa exigência no caput do artigo 2º, quando dispõe que “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.” (Brasil, 1990).

Embora o CDC tenha trazido a expressão “destinatário final” em seu artigo 2º, cabe destacar que tal expressão é objeto de discussão doutrinária, já que a lei não explicou seu real conceito.

Neste sentido Densa aponta que:

Existe discussão doutrinária e jurisprudencial com o objetivo de explicar a expressão destinatário final, que caracteriza o elemento finalístico da relação de consumo. De fato, devemos refletir: quem é, realmente, o destinatário final de um bem de consumo?

Para responder a esta pergunta ao longo de mais de 20 anos de aplicação do CDC, a doutrina desenvolveu três correntes possíveis para identificar quem é o destinatário final de um bem de consumo [...] (DENSA, 2014, p. 20).

Como bem destaca a autora, surgiram três teorias para explicar quem é o destinatário final de um bem de consumo, cuja análise será feita no capítulo a seguir.

3 TEORIAS QUE EXPLICAM QUEM É O DESTINATÁRIO FINAL DE UM BEM DE CONSUMO

Para dirimir a dúvida e incerteza gerada pela expressão “destinatário final” constante no Código de Defesa do Consumidor, a doutrina desenvolveu três correntes, ou também chamadas de teorias. São elas: Teoria Finalista, Teoria Maximalista e Teoria Finalista Temperada, esta última também conhecida como Finalista aprofundada ou teoria mitigada.

3.1 TEORIA FINALISTA

Para os seguidores da corrente finalista, o consumidor de um produto ou serviço nos termos do disposto no art. 2º do Código de Defesa do Consumidor é o destinatário fático e econômico do bem.

Tartuce (2013, p. 74), afirma que “Destinação final fática – o consumidor é o último da cadeia de consumo, ou seja, depois dele não há ninguém na transmissão do produto ou serviço.”

Já a destinação final econômica, aponta o autor que “[...] o consumidor não utiliza o produto ou o serviço para o lucro, repasse ou transmissão onerosa”. (TARTUCE, 2013, p. 74).

Assim, para a teoria finalista, o consumidor adquire o produto ou serviço para suprir uma necessidade própria, não para uma atividade profissional, já que para esta corrente, além de não ter o intuito de repasse do bem, a aquisição não deve visar lucro.

Neste sentido Marques destaca que:

Destinatário final seria aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo essa interpretação teleológica, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência – é necessário ser destinatário econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo

para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção, cujo preço será incluído no preço final do profissional para adquiri-lo. Nesse caso, não haveria exigida 'destinação final' do produto ou do serviço, ou, como afirma o STJ, haveria consumo intermediário, ainda dentro das cadeias de produção e de distribuição. Essa interpretação restringe a figura do consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família, consumidor seria o não profissional, pois o fim do CDC é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável [...] (MARQUES, 2010, p.85)

Evidente, portanto, que o produto adquirido ou o serviço utilizado não pode guardar qualquer relação com alguma atividade econômica, bem como deve ser utilizado para o atendimento de uma necessidade pessoal do consumidor.

Mesmo entendimento aplica-se a pessoa jurídica. Esta poderá ser considerada consumidora desde que o produto ou serviço adquirido não tenha qualquer conexão, direta ou indireta, com a atividade econômica por ela desenvolvida.

3.2 TEORIA MAXIMALISTA

Para a corrente maximalista, para ser considerado consumidor basta ser o destinatário final fático do bem ou serviço, pouco importando sua destinação econômica.

Neste sentido, interessante observar que os seguidores da corrente maximalista, como o próprio nome sugere, trazem uma definição mais ampla de consumidor, incluindo a pessoa jurídica e o profissional, independentemente da finalidade para a qual retirou o produto ou serviço do mercado de consumo (ALMEIDA, 2020, p. 106).

Como bem aponta o autor, a teoria maximalista exige apenas a retirada do bem do mercado de consumo, para reconhecer a figura do consumidor, bastando assim ser o destinatário final fático do produto ou serviço.

Densa (2014, p.21), afirma que "É necessário analisar, portanto, a simples retirada do bem do mercado de consumo, ou seja, o ato objetivo, sem se importar com o sujeito que adquiriu o bem, podendo ser profissional ou não."

No entanto, esta corrente ampliou consideravelmente o conceito de consumidor, considerando assim até aqueles que utilizam o produto para um fim profissional com intuito de lucro.

3.3 TEORIA FINALISTA TEMPERADA

A teoria finalista temperada por sua vez, também conhecida com finalista aprofundada ou finalista mitigada, defende um aperfeiçoamento da teoria finalista, considerando como consumidor até mesmo aquele que, utiliza o produto ou serviço, para fins profissionais, desde que comprove sua vulnerabilidade.

Roberta Densa, ao abordar a corrente finalista temperada, em seu livro Direito do Consumidor afirma que:

A corrente em estudo é um desdobramento da corrente finalista, pois considera consumidor somente que adquire produto ou serviço para uso próprio. No entanto, dependendo do caso concreto, é possível considerar destinatário final de um produto, mesmo utilizado para fins profissionais ou econômicos, houver vulnerabilidade do adquirente naquela relação [...] (DENSA, 2014, p. 21).

Para esta corrente, portanto, o consumidor deve ser o destinatário final fático e econômico do bem, ou seja, não deve ter o intuito de repasse ou lucro, no entanto, caso comprove sua vulnerabilidade será considerado destinatário final do produto.

Trata-se basicamente da aplicação da teoria finalista, no entanto, como o próprio nome sugere, de forma mitigada.

No mesmo sentido vale citar o posicionamento do STJ:

CONSUMIDOR. DEFINIÇÃO. ALCANCE. TEORIA FINALISTA. REGRA. MITIGAÇÃO. FINALISMO APROFUNDADO. CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO. VULNERABILIDADE. 1. A jurisprudência do STJ se encontra consolidada no sentido de que a determinação da qualidade de consumidor deve, em regra, ser feita mediante aplicação da teoria finalista, que, numa exegese restritiva do art. 2º do CDC, considera destinatário final tão somente o destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa física ou jurídica. 2. Pela teoria finalista, fica excluído da proteção do CDC o consumo intermediário, assim entendido como aquele cujo produto retorna para as cadeias de produção e distribuição, compondo o custo (e, portanto, o preço final) de um novo bem ou serviço. vale dizer, só pode ser considerado consumidor, para fins de tutela pela lei n. 8.078/90, aquele que exaure a função econômica do bem ou serviço, excluindo-o de forma definitiva do mercado de consumo. 3. A jurisprudência do STJ, tomando por base o conceito de consumidor por equiparação previsto no art. 29 do CDC, tem evoluído para uma aplicação temperada da teoria finalista frente às pessoas jurídicas, num processo que a doutrina vem denominando finalismo aprofundado, consistente em se admitir que, em determinadas hipóteses, a pessoa jurídica adquirente de um produto ou serviço pode ser equiparada à condição de consumidora, por apresentar frente ao fornecedor alguma vulnerabilidade, que constitui o princípio-motor da política nacional das relações de consumo, premissa expressamente fixada no art. 4º, i, do CDC, que legitima toda a proteção conferida ao consumidor. 4. A doutrina tradicionalmente aponta a existência de três modalidades de vulnerabilidade: técnica (ausência de conhecimento específico acerca do produto ou serviço objeto de consumo), jurídica (falta de conhecimento

jurídico, contábil ou econômico e de seus reflexos na relação de consumo) e fática (situações em que a insuficiência econômica, física ou até mesmo psicológica do consumidor o coloca em pé de desigualdade frente ao fornecedor). mais recentemente, tem se incluído também a vulnerabilidade informacional (dados insuficientes sobre o produto ou serviço capazes de influenciar no processo decisório de compra). 5. Apesar da identificação in abstracto dessas espécies de vulnerabilidade, a casuística poderá apresentar novas formas de vulnerabilidade aptas a atrair a incidência do CDC à relação de consumo. numa relação interempresarial, para além das hipóteses de vulnerabilidade já consagradas pela doutrina e pela jurisprudência, a relação de dependência de uma das partes frente à outra pode, conforme o caso, caracterizar uma vulnerabilidade legitimadora da aplicação da lei n. 8.078/90, mitigando os rigores da teoria finalista e autorizando a equiparação da pessoa jurídica compradora à condição de consumidora. 6. Hipótese em que revendedora de veículos reclama indenização por danos materiais derivados de defeito em suas linhas telefônicas, tornando inócuo o investimento em anúncios publicitários, dada a impossibilidade de atender ligações de potenciais clientes. a contratação do serviço de telefonia não caracteriza relação de consumo tutelável pelo CDC, pois o referido serviço compõe a cadeia produtiva da empresa, sendo essencial à consecução do seu negócio. também não se verifica nenhuma vulnerabilidade apta a equipar a empresa à condição de consumidora frente à prestadora do serviço de telefonia. Ainda assim, mediante aplicação do direito à espécie, nos termos do art. 257 do RISTJ, fica mantida a condenação imposta a título de danos materiais, à luz dos arts. 186 e 927 do CC/02 e tendo em vista a conclusão das instâncias ordinárias quanto à existência de culpa da fornecedora pelo defeito apresentado nas linhas telefônicas e a relação direta deste defeito com os prejuízos suportados pela revendedora de veículos. 7. Recurso especial a que se nega provimento (REsp 1.195.642/RJ, Rel. Ministra Nancy Andrighi, 3ª T., DJE 21-11-2012).

Assim, para a teoria finalista temperada, indispensável é o requisito da vulnerabilidade, seja de ordem técnica, econômica ou jurídica, para caracterizar o destinatário final do produto ou serviço.

4 VÍCIO DO PRODUTO

Antes de falar da responsabilidade pelo vício do produto, cabe destacar que vício é aquele problema que torna o produto impróprio ao fim a que se destina.

Densa (2014, p.83), afirma que “ O vício do produto o torna impróprio ao consumo, produz a desvalia, a diminuição do valor e frustra a expectativa do consumidor, mas sem colocá-lo em risco”.

A lei 8.078/90 em seu artigo 18, caput, dispõe que:

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.

Conforme se extrai do texto legal, a maior preocupação do legislador foi exatamente com a incolumidade econômica do consumidor, deixando claro sua responsabilidade pelos produtos inadequados ao consumo.

Destaca-se que o vício ocorre quando o dano permanece nos limites do produto ou serviço, não atingindo a integridade física do consumidor. Se o problema extrapola a esfera do mau funcionamento, atingindo o consumidor caracterizará o chamado fato, ou acidente de consumo, instituto diverso da análise em questão.

Tartuce citando Rizzato, expõe o seguinte exemplo:

[...] Dois consumidores, adquirem dois liquidificadores em uma loja de departamentos e resolvem utilizar o produto para fazer um bolo. Quando o primeiro liga o aparelho, o motor estoura, fazendo com que a pá de liquidificação fure o copo e atinja a barriga do consumidor, que é hospitalizado. Na situação, está presente o fato do produto ou defeito. A segunda consumidora liga o seu aparelho e os mesmos fatos acontecem. Porém, a pá do liquidificador fura o copo, mas não atinge o consumidor, estando evidenciado o vício do produto. Então, arremata o jurista: “No primeiro caso, ele sofreu acidente de consumo. É defeito. No segundo, ela

nada sofreu. Apenas o liquidificador deixou de funcionar. É vício”. [...] (TARTUCE, 2013, p. 134).

Evidente, portanto, que o vício constitui apenas um problema relacionado ao mau funcionamento do produto, de maneira que esse problema não atinge o consumidor fisicamente, mas tão somente economicamente.

4.1 VÍCIO APARENTE

Pode ser definido como um problema de fácil constatação pelo consumidor, ou seja, aquele problema que é perceptível naturalmente pelo simples uso natural, conforme bem conceitua o professor José Fernando Simão:

[...] Vício aparente, a contrario sensu, é aquele de ser notado por meio de simples observação e exame atento do homem médio (standard jurídico do bonus pater familiae). Assim, se o farol do carro não funciona, não estamos diante de vício oculto, mas de vício aparente que pode ser percebido por meio da visão, bastando, para tanto, acionar o farol. Porém, se o motor do carro, após meses de uso, apresenta um problema de aquecimento fora do normal, estamos claramente diante de vício oculto. [...] (SIMÃO, 2003, p. 69).

O vício aparente ou de fácil constatação, portanto, é aquele em que o consumidor logo constata o problema na utilização do produto, ou por meio de simples observação, como bem pontua o autor.

Densa (2014, p. 85), afirma que “Vício aparente pode ser definido como aquele de fácil constatação pelo consumidor como, por exemplo, uma roupa que apresenta um defeito na costura ou uma diferença de coloração”.

O exemplo, citado pela autora, evidencia que o vício aparente é aquele perceptível facilmente pelo consumidor. O próprio CDC, em seu artigo 26, caput, ao disciplinar o prazo para reclamar, utiliza os termos ‘vícios aparentes ou de fácil constatação’, deixando claro ao leitor que o vício aparente é aquele em que o problema é constatado facilmente, sem a necessidade de um conhecimento técnico.

4.2 VÍCIO OCULTO

Diferentemente do vício aparente, o vício oculto é aquele de difícil constatação, em que o consumidor toma conhecimento a partir do uso efetivo do produto.

Segundo Roberta Densa (2014, p. 85), “[...] o vício oculto é aquele de difícil constatação, razão pela qual somente será conhecido pelo consumidor quando este passar a utilizar efetivamente o produto [...]”.

A autora ainda cita como exemplo de vício oculto, a hipótese de um defeito no sistema de descongelamento de um refrigerador (DENSA, 2014).

Assim, o Vício oculto é aquele que não está visível aos olhos da pessoa mediana, ou seja, está escondido, encoberto, de maneira que o consumidor, inicialmente não constata. Trata-se de um problema, portanto, que poderá surgir do nada, dependendo da maneira do uso e das condições adversas.

Na definição de José Fernando Simão:

[...] Vício oculto é aquele defeito cuja existência nenhuma circunstância pode revelar, senão mediante exames ou testes. É o vício que desvaloriza a coisa ou torna-a imprestável ao uso a que se destina. Como é comum na doutrina, tal vício é chamado de redibitório, pois confere à parte prejudicada o direito de redibir, ou seja, rescindir o contrato, devolvendo a coisa e recebendo do vendedor a quantia paga.[...] (SIMÃO, 2003, p. 69).

O vício oculto, portanto, é aquele de difícil percepção pelo consumidor, que apenas conhecerá o problema com o uso efetivo. Fato é que, para que não houvesse prejuízo ao consumidor, o CDC determinou que tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial iniciará apenas no momento em que ficar evidenciado o defeito.

4.3 VÍCIO DE QUALIDADE

De acordo com a lei 8.078/90, o vício de qualidade constitui aquele problema que torna o produto impróprio ao fim a que se destina.

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.

Conforme o dispositivo legal acima citado, o vício de qualidade torna o produto impróprio ou inadequado ao consumo a que se destina, ou lhe causa uma diminuição no valor. Fabrício Bolzan de Almeida comentando o assunto destaca que:

[...] De fato, a análise do caput do art. 18 do CDC nos leva a crer que haverá vícios de qualidade quando tornar os produtos “impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária”. [...] (ALMEIDA, 2020, p. 557).

Esclarecendo o assunto, o próprio CDC, em seu Artigo 18, parágrafo 6º, define como produtos impróprios, aqueles com prazo de validade vencidos, produtos deteriorados, alterados, falsificados, em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, entre outros, conforme citação abaixo:

§ 6º são impróprios ao uso e consumo:

I - Os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II - Os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

III - Os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

Cabe destacar que o Código de Defesa do Consumidor não proíbe a venda de produtos com pequenos vícios, desde que seja de conhecimento do consumidor e cobrado preço diferenciado.

Evidente, no entanto, que os pequenos vícios devem estar dentro dos limites razoáveis, não podendo, em hipótese alguma, comprometer toda sua utilidade, nem apresentar risco à saúde ou segurança do consumidor.

Outro ponto importante a ser destacado é que o próprio CDC, ao dispor em seu artigo 18, acerca do vício de qualidade dos produtos, apresentou uma ressalva no sentido de que deverão ser respeitadas as variações decorrentes da natureza do produto.

Almeida (2020, p. 561), exemplificando o assunto afirma que “Um bom exemplo é a tinta de pintar parede. A depender do tipo de material utilizado na construção da parede que receberá o produto, a cor ficará mais clara ou mais escura, e isso é uma variação decorrente da sua natureza, não configurando vício.”

Neste sentido, conforme o exemplo citado pelo autor, nem todas as variações são consideradas vícios. Isto significa que certas alterações são decorrentes da

própria natureza do produto e, portanto, não caracterizam violação a lei consumerista.

4.4 VÍCIO DE QUANTIDADE

O vício de quantidade, de forma genérica refere-se a números e unidade de medidas, ou seja, quando um produto for vendido por peso padrão e este não possuir o peso especificado na embalagem, estar-se-ia diante de um vício de quantidade.

A título de exemplo, pode-se citar um pacote de feijão, cuja embalagem consta 1 (um) quilo, mas quando pesado possui apenas 800 gramas em todas as embalagens, uma caixa de parafusos que especifica 50 parafusos e ao contar verifica-se que possui somente 45, e todas as outras caixa também possuem tal vício, denota-se, portanto, o vício de quantidade cabendo as devidas tratativas para que o consumidor não tenha nenhum prejuízo.

O vício de quantidade está disciplinado no Artigo 19 do Código de Defesa do Consumidor que assim dispõe:

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.

§ 1º Aplica-se a este artigo o disposto no § 4º do artigo anterior.

§ 2º O fornecedor imediato será responsável quando fizer a pesagem ou a medição e o instrumento utilizado não estiver aferido segundo os padrões oficiais.

Interessante destacar que, apesar de a lei relacionar o vício de quantidade ao conteúdo líquido, o vício de quantidade se fará presente ante a existência de disparidade em relação a qualquer unidade de medida.

Roberta Densa comentando o assunto, afirma que:

[...] sempre que houver divergência de peso, tamanho ou volume do produto em relação às indicações constantes no recipiente, embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, isso gera a obrigação de o fornecedor ressarcir os prejuízos experimentados pelo consumidor [...] (DENSA, 2014, p. 88).

Conforme bem observa a autora, o vício de quantidade refere-se a divergência de peso, tamanho ou volume, em relação as informações constantes na embalagem, ou mensagem publicitária divulgada. Trata-se de uma disparidade frente as informações repassadas ao consumidor, já que informa uma quantidade, mas fornece outra.

Assim, conforme bem aponta a autora, tal disparidade gera ao consumidor o direito ao ressarcimento.

Impende esclarecer, no entanto, que é possível ocorrer variações inerente à natureza do produto, sem que se configure vício de quantidade. Nas palavras de Almeida, em seu livro 'Direito do Consumidor Esquematizado', vale ressaltar que:

[...]Contexto fático que bem demonstra este tipo de variação envolve o engarrafamento do gás. Em razão da natureza do citado bem, de consumo, poderá ocorrer a perda de certa quantidade quando do seu acondicionamento. Se a perda do gás estiver dentro do percentual admitido pelos órgãos de metrologia do país — INMETRO, por exemplo —, vício algum existirá.

Assim, existirão casos em que o consumidor verificará diferença a menor na quantidade líquida encontrada em relação com a que está informada na embalagem, mas sem caracterização do vício. [...] (ALMEIDA, 2020, p. 573).

Evidente, portanto, que, variações decorrentes da natureza do produto, não constituem vício de quantidade.

Diante da constatação do vício de quantidade do produto, prevê a lei 8.078/90, que o consumidor poderá exigir, alternativamente e à sua escolha: o abatimento proporcional do preço; a complementação do peso ou medida; a substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios, ou a restituição imediata da quantia paga.

Cabe destacar que a escolha caberá ao consumidor, na ordem que ele assim desejar. Almeida, explicando a opções conferidas ao consumidor, no artigo 19, destaca que:

[...] No tocante à primeira opção, se o consumidor compra um quilo de feijão, nos termos da informação constante na embalagem e, efetivamente, a medida correta representa quinhentos grammas, poderá exigir abatimento proporcional no preço ou, nos termos da segunda alternativa, a complementação do peso.

A terceira opção conferida ao consumidor consiste na substituição do bem por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios. Inexistente o produto, prevê o § 1º do art. 19 por remissão ao § 4º do art. 18, todos do CDC, que a substituição poderá ser exigida em relação a outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação do preço se o novo produto for mais caro ou restituição proporcional do valor pago, se o outro produto for mais barato.

A última alternativa conferida ao consumidor envolve a restituição da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízos das perdas e danos. [...] (ALMEIDA, 2020, p. 575).

Assim, se houver divergência na quantidade do produto, deverá o fornecedor ressarcir os prejuízos experimentados pelo consumidor que poderá escolher o abatimento proporcional do preço, a complementação do peso ou medida, a substituição do produto por outro de mesma espécie ou a restituição da quantia paga, monetariamente atualizada.

5 RESPONSÁVEIS PELA REPARAÇÃO EM CASO DE VÍCIO NO PRODUTO

O Código de Defesa do Consumidor, determina, em seu artigo 18, que todos os fornecedores são responsáveis solidários pela reparação, podendo, o consumidor, exercitar ação de reparação de danos contra um fornecedor ou contra todos os envolvidos na cadeia produtiva.

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.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

§ 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, 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.

§ 4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do § 1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do § 1º deste artigo.

§ 5º No caso de fornecimento de produtos in natura, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda,

aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;
 III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

Analisando a redação do caput do artigo 18, observa-se que pretendeu, o legislador, atribuir a responsabilidade solidária, em caso de vício nos produtos.

Tartuce (2013, p. 141), afirma que “ no vício do produto, há solidariedade entre todos os envolvidos com o fornecimento, caso do fabricante, do produtor e do comerciante.”

Tal entendimento se torna ainda mais evidente, quando da análise do caput do artigo 18 da lei consumerista, que não enumerou de forma específica os responsáveis pela reparação. Interessante apontar que o legislador utilizou um termo genérico quando especificou a palavra ‘fornecedores’, levando ao entendimento de que todos os envolvidos são responsáveis.

Conforme as palavras de Almeida:

[...] Diferentemente do art. 12 do cdc, quando o legislador optou por especificar cada um dos fornecedores (fabricante, produtor, construtor e importador), no art. 18 foi utilizada a expressão “fornecedores”, fazendo alusão ao gênero, representação maior da solidariedade de todos os que integram a cadeia de fornecedores. aliás, a solidariedade está expressamente prevista no aludido dispositivo. Assim, poderá o consumidor, em nossa opinião, por exemplo, reclamar o vício de uma tv que não liga perante o comerciante, sem precisar dirigir-se ao fabricante. [...] (ALMEIDA, 2020, p. 554).

Corroborando o entendimento acima, cabe destacar recente decisão do Superior Tribunal de Justiça, evidenciando a responsabilidade solidária de todos os envolvidos na relação jurídica, o que inclui o comerciante.

PROCESSO CIVIL E DIREITO DO CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. NEGATIVA DE PRESTAÇÃO JURISDICIONAL. AUSÊNCIA. JUNTADA DE DOCUMENTOS COM A APELAÇÃO. POSSIBILIDADE. VÍCIO DO PRODUTO. REPARAÇÃO EM 30 DIAS. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO COMERCIANTE. 1. Ação civil pública ajuizada em 7-1-2013, de que foi extraído o presente recurso especial, interposto em 8-6-2015 e concluso ao Gabinete em 25-8-2016. Julgamento pelo cpc/73. 2. Cinge-se a controvérsia a decidir sobre: (i) a negativa de prestação jurisdicional (art. 535, ii, do cpc/73); (ii) a preclusão operada quanto à produção de prova (arts. 462 e 517 do cpc/73); (iii) a responsabilidade do comerciante no que tange à disponibilização e prestação de serviço de assistência técnica (art. 18, caput e § 1º, do cdc). 3. Devidamente analisadas e discutidas as questões de mérito, e

fundamentado o acórdão recorrido, de modo a esgotar a prestação jurisdicional, não há que se falar em violação do art. 535, II, do CPC/73. 4. Esta corte admite a juntada de documentos, que não apenas os produzidos após a inicial e a contestação, inclusive na via recursal, desde que observado o contraditório e ausente a má-fé. 5. À frustração do consumidor de adquirir o bem com vício, não é razoável que se acrescente o desgaste para tentar resolver o problema ao qual ele não deu causa, o que, por certo, pode ser evitado — ou, ao menos, atenuado — se o próprio comerciante participar ativamente do processo de reparo, intermediando a relação entre consumidor e fabricante, inclusive porque, juntamente com este, tem o dever legal de garantir a adequação do produto oferecido ao consumo. 6. À luz do princípio da boa-fé objetiva, se a inserção no mercado do produto com vício traz em si, inevitavelmente, um gasto adicional para a cadeia de consumo, esse gasto deve ser tido como ínsito ao risco da atividade, e não pode, em nenhuma hipótese, ser suportado pelo consumidor. incidência dos princípios que regem a política nacional das relações de consumo, em especial o da vulnerabilidade do consumidor (art. 4º, I, do CDC) e o da garantia de adequação, a cargo do fornecedor (art. 4º, V, do CDC), e observância do direito do consumidor de receber a efetiva reparação de danos patrimoniais sofridos por ele (art. 6º, VI, do CDC). 7. Como a defesa do consumidor foi erigida a princípio geral da atividade econômica pelo art. 170, V, da Constituição Federal, é ele — consumidor — quem deve escolher a alternativa que lhe parece menos onerosa ou embaraçosa para exercer seu direito de ter sanado o vício em 30 dias — levar o produto ao comerciante, à assistência técnica ou diretamente ao fabricante —, não cabendo ao fornecedor impor-lhe a opção que mais convém. 8. Recurso Especial desprovido (REsp 1.634.851/RJ, Rel. Ministra Nancy Andrighi, 3ª T., j. 12-9-2017, DJe 15-2-2018).

Assim, evidente, portanto que o consumidor poderá escolher qualquer um para a reparação, diante do vício do produto, já que conforme a determinação legal, trata-se de responsabilidade solidária entre todos os fornecedores, o que inclui o comerciante do produto.

No tocante a responsabilidade solidária, Roberta Densa destaca que:

[...] É certo que a vontade do legislador em estabelecer a responsabilidade solidária entre os causadores do dano nas relações de consumo está em plena consonância com o princípio básico da reparação dos danos aos consumidores, estabelecida no artigo 6º, VI, bem como em consonância com o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor na forma do art. 4º, I, do Código de Defesa do Consumidor. Lembre-se de que a responsabilidade solidária gera a unidade de prestação, ou seja, qualquer que seja o número de devedores, o débito é sempre único, podendo o consumidor exigir a reparação dos danos de qualquer dos fornecedores de produtos ou serviços, ou, até mesmo, de somente um dos causadores do dano. [...] (DENSA, 2014, p. 66).

Assim, como bem pontua a autora, o consumidor poderá exigir a reparação do dano, a qualquer um dos fornecedores, ou até mesmo, de somente um, já que, a responsabilidade solidária gera a unidade de prestação, obrigando, portanto, todos os envolvidos na relação consumerista.

Exceção interessante e que cabe destacar é quanto aos alimentos *in natura*, sem processamento. Neste caso, será responsável o fornecedor imediato, na hipótese em que seu produtor não tiver sido identificado claramente.

É o que dispõe o artigo 18, §5º do Código de Defesa do Consumidor “No caso de fornecimento de produtos *in natura*, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.” (BRASIL, 1990).

Não sendo, porém, o caso acima citado, repita-se que a solidariedade passiva do CDC, possibilita a opção pela responsabilização de todos os que participam da cadeia de produção, fabricação, comercialização, conforme melhor lhe convier, garantindo ao consumidor, exercitar sua pretensão contra qualquer um, ou todos eles.

6 VÍCIO NO SERVIÇO

Os vícios de qualidade do serviço estão previstos no artigo 20 do Código de Defesa do Consumidor, que assim dispõe:

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 - o abatimento proporcional do preço.

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

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

Constituem Vício de qualidade na prestação do serviço, portanto, quando os serviços prestados forem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, conforme se extrai do dispositivo legal.

O vício de qualidade do serviço, portanto, o torna impróprio ao consumo; diminui o valor do serviço; consiste num serviço prestado em desacordo com as informações da oferta, ou em desacordo com as informações publicitárias.

Interessante destacar que o próprio parágrafo 2º do artigo 20 da lei consumerista define o que “São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.” (BRASIL, 1990).

Nas palavras de Almeida:

[...] Mais uma vez, o CDC valeu-se da relação entre vício e inadequação aos fins a que se destina, no caso, o serviço. Assim, se o serviço de polimento e cristalização de um veículo automotor não atingir a finalidade pretendida, tal serviço será considerado viciado, momento em que o consumidor poderá valer-se de uma das opções a seguir analisadas. [...] (ALMEIDA, 2020, p. 578).

Cabe mencionar ainda que, apesar do CDC não mencionar a respeito do vício de quantidade, alguns doutrinadores entendem que o legislador tratou do assunto na expressão 'disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária', constante no artigo 20.

Almeida citando Zelmo Denari, argui que:

[...] se uma escola oferece um curso com determinado conteúdo programático, o descumprimento do programa autoriza o aluno a pleitear a completude da matéria, o que significa a reexecução dos serviços educativos prestados (inc. I), sem prejuízo das sanções previstas nos incs. II e III do dispositivo comentado [...]. (ALMEIDA, 2020, p. 578).

O exemplo acima citado corrobora a existência do vício de qualidade do serviço, apesar da lei 8.078/90 não ter abordado de forma expressa.

Diante da ocorrência de vício na realização do serviço, prevê o diploma consumerista que o consumidor poderá exigir, alternativamente e à sua escolha, a reexecução do serviço, a restituição da quantia paga, monetariamente atualizada, ou o abatimento proporcional do preço.

Quanto a reexecução do serviço, Almeida destaca que:

[...] é comum o consumidor não mais confiar num fornecedor que, por exemplo, transforma seu carro preto num prata com o seu serviço de polimento e cristalização. Pensando em casos como este, dispõe o § 1º do art. 20: "a reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor". Assim, no exemplo citado, o consumidor poderá levar seu veículo a um funileiro de sua confiança para a realização de um novo serviço, que será custeado integralmente pelo fornecedor originário responsável pelo vício. [...] (ALMEIDA, 2020, p. 579).

Quanto ao abatimento proporcional do preço, Almeida (2020, p. 579), pontua que "Muitas vezes o consumidor prefere resolver o problema por conta própria a aguardar a boa vontade de um mau fornecedor. Nestes casos, o abatimento proporcional no preço acaba sendo a melhor saída."

No mesmo sentido Miragem afirma que:

[...] a pretensão de abatimento do preço deve respeitar a proporção entre a parcela da prestação efetivamente cumprida, e o comprometimento causado pelo vício do serviço, sem prejuízo do direito à indenização por perdas e danos, quando apurados prejuízos ressarcíveis [...] (MIRAGEM, 2010, p. 426)

Ainda neste sentido, prevê o artigo 23 do CDC que a ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos ou serviços, não o exime de responsabilidade.

Para Densa, (2014, p. 91), “Sem dúvida, o legislador baseou-se no princípio da boa-fé objetiva para a inserção deste dispositivo legal, em consonância com o disposto no inciso III do art. 4º do mesmo diploma legal”.

A autora destaca que:

[...] O legislador impõe às partes o dever de manter o mínimo de confiança e lealdade, antes, durante e após o cumprimento da obrigação. Os fornecedores devem tomar todos os cuidados necessários ao inserir seus produtos no mercado de consumo, evitando o elemento surpresa, tanto na fase de informação, quanto na de execução, e até mesmo na fase posterior, gerando o dever de indenizar mesmo que não tenha conhecimento dos vícios intrínsecos do produto. [...] (DENSA, 2014, p. 91).

Evidente, portanto, que, o fornecedor deve tomar todos os cuidados necessários, ao disponibilizar no mercado de consumo, seus produtos ou serviço.

7 RESPONSÁVEIS PELA REPARAÇÃO EM CASO DE VÍCIO NO SERVIÇO

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, a responsabilidade, em caso de vício na realização do serviço, é solidária entre os envolvidos na relação jurídica de consumo.

Tartuce afirma que:

[...] aplica-se a regra de solidariedade, entre todos os envolvidos com a prestação. Em outras palavras, se um serviço contratado tiver sido mal prestado, responderão todos os envolvidos. Nos termos do §2º do art. 20 do CDC, são considerados como impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade [...] (TARTUCE, 2013, p. 159).

Evidente que o fornecedor deve ser responsabilizado pelos serviços que disponibiliza no mercado de consumo.

De acordo com Densa (2014), o consumidor pode exercitar a ação de reparação de danos, em caso de vício no serviço, contra um fornecedor ou contra todos os envolvidos na cadeia produtiva.

Corroborando o entendimento dos autores acima citados, destaca-se que a responsabilidade será, portanto, de todos os envolvidos na relação. Assim, em caso de serviço mal prestado, todos os envolvidos serão responsabilizados.

A título de exemplo, cita Tartuce:

[...] “Consumidor. Compra e venda de colchão. Produto pago e não entregue. Inexecução contratual que ultrapassa o limite do razoável. Dano moral configurado. Quantum mantido. Afastada preliminar de ilegitimidade passiva. É legítima para figurar no polo passivo do feito a franqueada, em face da solidariedade do fabricante por vício do serviço, porque parte integrante da cadeia de fornecedores (art. 3º c/c art. 7º, parágrafo único, do CDC). Sentença mantida. Recurso desprovido” (TJRS – Recurso Cível 71002428852, São Leopoldo – Terceira Turma Recursal Cível – Rel. Des.

Carlos Eduardo Richinitti j. 14.10.2010 – DJERS 21.10.2010). [...] (TARTUCE, 2013, p. 160).

No exemplo acima citado, interessante destacar que, responderam, tanto o franqueado quanto o franqueador, pelo atraso na entrega do colchão.

Tartuce (2013), destaca ainda que nos casos de serviços que tenham por objetivo a reparação ou conserto de qualquer produto, deve ser considerada implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais e novos.

Neste sentido dispõe o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 21:

Art. 21. No fornecimento de serviços que tenham por objetivo a reparação de qualquer produto considerar-se-á implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo, quanto a estes últimos, autorização em contrário do consumidor.

No entanto, conforme destaca a própria lei, o fornecedor poderá fugir a regra do artigo 21, em caso de autorização do consumidor.

Conforme exemplifica o autor, se uma concessionária de veículo está incumbida de reparar um automóvel, deverá empregar as suas peças originais. Havendo demora na obtenção dessas peças, caberá à concessionária reembolsar o consumidor por todas as despesas (TARTUCE, 2013).

Outro ponto importante a ser abordado é que, a ignorância do fornecedor quanto ao vício, não o exime de responsabilidade. É o que dispõe o artigo 23 do CDC “A ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade.” (BRASIL, 1990).

Tal previsão, evidencia mais uma vez, a preocupação do legislador com o consumidor, parte fraca da relação de consumo e que, portanto, precisa de uma proteção mais ampla e cuidadosa, o que visa garantir sua segurança física, psíquica e patrimonial.

Almeida, abordando a responsabilidade do fornecedor, pelo vício no serviço argui que:

[...] Apesar da ausência de previsão expressa nos arts. 18, 19 e 20, todos do CDC, a responsabilidade do fornecedor pelo vício é objetiva em nossa opinião, mesmo porque esta é a regra prevista no Diploma Consumerista. Artigo desta lei que corrobora com tal tese é o 23: “A ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade”[...] (ALMEIDA, 2020, p. 582).

Conforme aponta o autor, é irrelevante a alegação de culpa ou dolo, para responsabilização do fornecedor.

De acordo do Densa (2014), a responsabilidade objetiva dispensa o elemento culpa, bastando que haja um nexo de causalidade entre a ação ou a omissão e o resultado, cabendo ao autor, apenas a prova da ação ou omissão do agente e o resultado danoso para que haja o ressarcimento.

Neste sentido Benjamin afirma que:

[...] no CC como, com muito mais razão, no CDC, não se perquire se o vício decorre de conduta culposa ou dolosa do vendedor ou de qualquer outro integrante da cadeia de produção e circulação do bem. Constatado o vício, surge a responsabilidade. Portanto, parece desnecessário, como faz parcela da doutrina, discutir se a responsabilidade por vício é objetiva ou subjetiva [...]. (BENJAMIN, 2010, p. 182).

Apesar do entendimento do autor, prevalece na doutrina o entendimento de que a responsabilidade do fornecedor é objetiva, sendo irrelevante a alegação de culpa ou dolo, para responsabilização do fornecedor.

8 PRAZO PARA RECLAMAR PELO VÍCIO

O artigo 26 do CDC determina que o direito do consumidor para reclamar dos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em 30 dias, tratando-se de serviços ou produtos não duráveis, e 90 dias em caso de serviço ou produtos duráveis.

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:
I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;
II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.
§ 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços. [...] (BRASIL, 1990).

Para Rizzatto (2007, p. 92) afirma que, “Produto durável é aquele que, como próprio nome diz, não se extingue com o uso. Ele dura, leva tempo para sedesgastar”. Já o produto não durável é aquele que se exaure com seu uso, como uma bebida ou um alimento.

Assim, o produto durável é aquele com vida útil maior, como uma televisão, por exemplo, que não se exaure com o uso. O produto não durável já constitui aquele com durabilidade menor que acaba com o simples uso.

Abordando a cerca do Serviços, Almeida destaca que:

O mesmo raciocínio poderemos aplicar quando da distinção entre serviços duráveis e não duráveis, com a observação de que a durabilidade dos serviços será calculada no tempo em que irá perdurar o resultado da atividade desempenhada, e não no período que levou para efetivar sua prestação. (ALMEIDA, 2020, p. 638)

Conforme aponta o autor, a distinção de serviços duráveis ou não duráveis, refere-se ao tempo de durabilidade do resultado do serviço prestado, e não o tempo em que se leva para prestar o serviço.

Neste sentido Almeida (2020, p.638) afirma que “Assim, pouco importa se o funileiro vai demorar cinco horas ou cinco dias para desamassar e pintar um veículo, pois se trata de atividade com natureza de serviço durável em relação ao resultado esperado”.

Interessante ainda destacar que, tratando-se de vício de fácil constatação ou aparente a contagem do prazo se iniciará a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução do serviço. Por outro lado, tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial se iniciará a partir do momento em que ficar evidenciado o problema.

É o que dispõe o parágrafo 3º do artigo 26 do Código de Defesa do Consumidor “Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito”. (BRASIL, 1990).

Assim, o prazo para reclamar será de 30 (trinta) dias para produtos ou serviços não duráveis e 90 (noventa) dias para produtos ou serviços duráveis. O início do prazo se dará com a entrega efetiva do produto, ou com o término da execução do serviço, para vícios aparentes ou de fácil constatação. Em se tratando de vício oculto o prazo iniciará no momento em que ficar evidenciado o problema.

9 PRAZO PARA SANAR O VÍCIO

Conforme dispõe o Código de Defesa do Consumidor, o prazo para que o vício seja sanado é de 30 (trinta) dias, independentemente de previsão contratual.

Caso o vício não seja sanado no prazo estipulado, poderá o consumidor fazer uso das alternativas elencadas no parágrafo 1º do art. 18 da lei consumerista:

[...] § 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II- a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço. [...] (BRASIL, 1990)

Assim, devera o fornecedor, consertar o produto em até trinta dias. No entanto, caso o vício não seja sanado no prazo assinalado pela lei, ou ainda que efetuado o reparo, o produto continua a apresentar o vício, o consumidor poderá exercer o direito de escolha imediatamente.

Todavia, consumidor e fornecedor poderão convencionar outro prazo, desde que não seja superior a 180 (cento e oitenta dias) e inferior a 7 (sete) dias, destacando que esta ampliação ou redução de prazo deve ser convencionada e não imposta ao consumidor (DENSA, 2014).

Neste sentido é o que dispõe o parágrafo 2º do art. 18 do CDC:

[...] § 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá

ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor. [...] (BRASIL, 1990).

Importante destacar que o consumidor poderá exigir a substituição imediata do produto ou a devolução da quantia paga, ou ainda, o abatimento do preço, sempre que a substituição de qualquer parte viciada ocasionar qualidade do produto ou sua diminuição de valor.

É o que dispõe o parágrafo 3º do art. 18 “O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, 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. (BRASIL, 1990).

Assim, ao se deparar com um vício no produto adquirido, o consumidor terá direito a substituição das partes viciadas. No entanto, conforme destaca o parágrafo 3º, caso essa substituição comprometa a qualidade do produto, suas características, ou ainda, uma diminuição do seu valor, poderá o consumidor, fazer o uso imediato das alternativas disponibilizadas pelo legislador.

Quanto ao produto essencial, Densa (2014, p. 87), afirma que “se o produto for essencial ao consumidor, ou se o vício for extenso, o consumidor pode optar diretamente por uma das soluções apontadas no §1º do art. 18, sem a necessidade de aguardar o fornecedor sanar o vício”.

O legislador, no entanto, não conceitua o que seria produto essencial ou vício extenso. A doutrina, porém, entende por produto essencial, aquele indispensável para a sobrevivência e bem-estar do consumidor.

Já o vício extenso é aquele impossível de ser sando pelo fornecedor, como o exemplo de um roupa ou tênis, em que a coloração está diferente.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa buscou apresentar uma reflexão sobre a responsabilidade do Fornecedor diante da ocorrência de vício nos produtos e serviços oferecidos no mercado de consumo.

Diante de tudo o que foi exposto, percebe-se que a finalidade do legislador, é proteger aquele que necessariamente e de forma primordial precisa de proteção. Assim, uma vez configurada a relação de consumo, ou seja, existindo uma relação onde esteja presente um consumidor, um fornecedor, objetivando a aquisição de um produto ou prestação de serviço, com intuito de ser o destinatário final desse bem, ou cumprindo o requisito de vulnerabilidade, conforme dispõe a teoria finalista aprofundada, configurada estará a relação de consumo, tendo portanto, a aplicação da lei consumerista.

Neste diapasão, uma vez configurada a relação de consumo, deverá o fornecedor se ater as normas estabelecida pelo Código Consumerista, de maneira que forneça seu produto ou preste seu serviço de forma segura ao consumidor, atendendo os critérios de qualidade, sem oferecer qualquer risco a este.

Neste sentido, configurado o vício no produto ou serviço, deverá o fornecedor proceder ao reparo das partes viciadas no prazo de trinta dias, ou no caso de serviço, reexecutá-lo sem custo adicional ao consumidor.

Conforme dispõe a lei consumerista, caso o vício não seja sanado no prazo de trinta dias, poderá o consumidor exigir: a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; a restituição imediata da quantia

paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; o abatimento proporcional do preço ou a reexecução do serviço.

O consumidor terá, para reclamar, um prazo decadencial de trinta dias, no caso de fornecimento de produtos e serviços não duráveis, como na hipótese de gêneros alimentícios, e noventa dias, para o fornecimento de produtos ou serviços duráveis.

A responsabilidade pelo vício do produto ou serviço, é solidária, o que significa que todos os envolvidos na relação consumerista serão responsáveis pela reparação do vício. Assim, o consumidor poderá exercer o direito de reparo em face de apenas um, sendo o fabricante, importador, comerciante ou de todos eles.

Ao dispor em seus artigos 18 e 20, que os fornecedores respondem pela ocorrência do vício, pretendeu o Código de Defesa do Consumidor, responsabilizar a todos os envolvidos na relação consumerista, o que inclui o fabricante e o comerciante do produto ou serviço.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fabricio Bolzan de. **Direito do Consumidor Esquematizado**. 8ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de Setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm> Acesso em 28 Jul. 2020.

BRASIL. **Lei 10.406, de 10 de Janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Brasília, 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm> Acesso em 01 Agos. 2020.

BRASIL. **Superior Tribunal de Justiça**. EResp nº 1.431.606 – SP, Relatora: Ministra Maria Isabel Gallotti, data de julgamento: 27 de março de 2019. Disponível em <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/713207142/embargos-de-divergencia-em-recurso-especial-eresp-1431606-sp-2014-0015227-3/inteiro-teor-713207148>> Acesso em 03 Agos. 2020.

BRASIL. **Superior Tribunal de Justiça**. REsp 1.195.642 – RJ, Relatora: Ministra Nancy Andrighi, 3ª T., data de julgamento: 13 de novembro de 2012. Disponível em <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22829799/recurso-especial-resp-1195642-rj-2010-0094391-6-stj/inteiro-teor-22829800>> Acesso em 04 de Agos. 2020.

- BRASIL. **Superior Tribunal de Justiça**. RESP 1.634.851/RJ, Relatora: Ministra Nancy Andrighi, 3ª T., Data de Julgamento: 12 de setembro de 2017, dje 15-2-2018. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/549846885/recurso-especial-resp-1634851_rj-2015-0226273-9/relatorio-e-voto-549846907?ref=juris-tabs> Acesso em 05 de Agos. 2020.
- BENJAMIN, Antônio Herman de V. et al. **Manual de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: RT, 2010.
- DENSA, Roberta. **Direito do Consumidor**. 9ª Ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- DINIZ, Maria Helena. **Compêndio de Introdução à ciência do Direito**. 21. Ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- FILOMENO, José Geraldo Brito et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. Comentado pelos autores do anteprojeto. 8. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- MARQUES, Cláudia Lima, et al. **Manual de Direito do Consumidor**. 3ª Ed. São Paulo: RT, 2010.
- MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: RT, 2010.
- RIZZATO, Luiz Antônio Nunes. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- SIMÃO, José Fernando. **Vícios do Produto no Novo Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Editora Atlas. 2003
- TARTUCE, Flávio, et al. **Manual de Direito do Consumidor**. 2ª Ed. São Paulo: Gen e Método, 2013.