Estratégia
CONCURSOS

Aul

Direito do Consumidor p/ CINCATARINA (Advogado) Com Videoaulas - Pós-Edital

Professor: Aline Baptista Santiago, Paulo H M Sousa

1. Apresentação do Curso 2
1.1 – Direito do Consumidor para o Concurso do Cincatarina 2019. 2
2. Cronograma das Aulas 3
3. Introdução, Princípios e Campo de Aplicação 4
3.1 – Introdução 4
3.2 – Características do CDC 5
4. Princípios Gerais. 7
4.1 – Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor 8
4.1.1 – Vulnerabilidade E Hipossuficiência 10
4.2 – Da Defesa do Consumidor pelo Estado 11
4.3 – Princípio da Harmonia nas Relações de Consumo 13
4.3 .1 – Princípio da Boa-Fé Objetiva 13
4.3.2 – Princípio da Equivalência Negocial 15
4.4 – Princípio da Educação e da Informação 15
4.5 – Princípio da Confiança ou Princípio da Segurança e Qualidade 16
4.6 – Princípio de Combate ao Abuso 17
5. Campo de Aplicação 17
5.1 – Consumidor 20
5.1.1 – Consumidor por Equiparação 22
5.2 – Fornecedor 24
5.3 – Os Produtos e os Serviços 25
6. Considerações Finais 27
7 – Questões 28
7.1 – Questões Comentadas 28
7.2 – Lista de Questões 57
7.3 – Gabarito 70
Anexo - Lei nº 8.078/1990 71

1. APRESENTAÇÃO DO CURSO

1.1 – DIREITO DO CONSUMIDOR PARA O CONCURSO DO CINCATARINA 2019.

Olá aluno! Olá aluna!

É com muito orgulho que começo hoje mais uma turma de **Direito do Consumidor** para o concurso do **CONSÓRCIO INTERFEDERATIVO DE SANTA CATARINA - CINCATARINA,** para o cargo de Advogado, aqui no **ESTRATÉGIA CONCURSOS**. Foi publicado o edital do Consórcio Interfederativo de Santa Catarina - CINCATARINA. A banca organizadora é a FEPESE.

Neste curso de Direito do Consumidor você irá encontrar 100% da matéria (Lei 8.078/90), porém de uma forma leve e objetiva, tendo em vista que seu estudo é para concurso público e eu não tenho a pretensão de formar um jurista. Também irá encontrar muita jurisprudência[1], pois este direito é muito dinâmico e em constante transformação. E, por fim, questões. **É fundamental que você faça todas as questões que irei apresentar no decorrer das aulas**, pois é através de exercícios que você consolida seu conhecimento. ;)

Faça sua programação de estudos e **estabeleça prioridades**, no entanto procure não deixar nenhuma matéria de lado, principalmente se você tiver **chances de** obter **acertos** nesta disciplina. Além disso, você deve ter em mente que a **diferença de apenas uma questão**, poderá representar a **diferença entre o seu sucesso ou** então a sua **não classificação** no concurso.

Procure reservar um tempinho no seu cronograma de estudos, mesmo que pequeno, para você. Lembre-se de que o descanso em alguns momentos será necessário.

Adotarei uma linguagem mais informal, com ênfase naquilo que realmente é cobrado nas provas.

Algumas considerações a respeito da aula:

A leitura da lei "seca" (Lei nº 8.078/1990) é fundamental. Muito cuidado! Pois muitas vezes a banca cobra o conhecimento da Lei de forma literal.

Os grifos aos trechos de legislação serão feitos apenas para identificar "palavras-chave".

Espero que suas expectativas sejam correspondidas e que as suas dúvidas, sugestões ou críticas sejam encaminhadas para o fórum de dúvidas de nosso curso.

E lembre-se!

A aprovação é fruto de muita dedicação, estudo, memorização da "Lei seca", bons materiais e, finalmente, muitos exercícios. Em concurso público como dizem: "*não passam, necessariamente, aqueles que sabem mais sobre determinado assunto, mas sim aqueles que **se prepararam melhor para a prova** que irão fazer*".

[1] Jurisprudência é como são chamadas as decisões judiciais.

Antes de continuarmos esta nossa conversa inicial, pensando em quem ainda não me conhece, vamos a uma rápida apresentação:

Meu nome é Aline Baptista Santiago, sou formada pela ULBRA-RS, com uma pós-graduação em Direito Público pela UNIFRA-RS. Meu primeiro contato com concurso foi na prova da OAB, em 2002, logo após a formatura. Estou no Estratégia Concursos desde sua inauguração, em 2011, e sou muito feliz em ter a oportunidade de ajudar milhares de pessoas a conseguir sua aprovação.

Minha expectativa é que ao final deste curso você tenha plenas condições de fazer uma excelente prova de Direito do Consumidor e possa alcançar o seu tão sonhado objetivo.

Estou à sua disposição no fórum de dúvidas. ☺

Aline Baptista Santiago.

2. CRONOGRAMA DAS AULAS

AULAS	TÓPICOS ABORDADOS NO EDITAL	DATA
Aula 00	Introdução, princípios e campo de aplicação.	04/11/2019
Aula 01	Direitos Básicos e Política Nacional de Relações de Consumo.	08/11/2019
Aula 02	Qualidade de Produtos e Serviços. Prescrição e Decadência.	11/11/2019
Aula 03	Das Práticas Comerciais.	15/11/2019
Aula 04	Da proteção contratual.	18/11/2019
Aula 05	Infrações Penais. Da defesa do Consumidor em Juízo. Da Convenção Coletiva de Consumo.	25/11/2019

Mas agora chega de “conversa fiada” e vamos à aula propriamente dita!

3. INTRODUÇÃO, PRINCÍPIOS E CAMPO DE APLICAÇÃO

3.1 – INTRODUÇÃO

Com a industrialização do país, e o avanço de novas formas de comunicação e o grande desenvolvimento científico e tecnológico, o acesso das pessoas, consumidores, a uma infinidade de novos bens e serviços prestados por fornecedores, se tornou cada vez maior.

"O novo modelo de sociedade de consumo ora apresentado ganhou força com a Revolução Tecnológica decorrente do período Pós-Segunda Guerra Mundial. Realmente, os avanços na tecnologia couberam na medida ao novel panorama de modelo produtivo que se consolidava na história. Tendo por objetivo principal o atendimento da enorme demanda no aspecto quantitativo, o moderno maquinário industrial facilitou a produção e atendeu a este tipo de expectativa"[2].

Com esta nova filosofia, em que o fornecedor preza pela quantidade em detrimento da qualidade, problemas começaram a surgir. Cada vez mais os consumidores deparam-se com produtos e serviços viciados ou portadores de defeitos que, muitas vezes, lhe causam prejuízos, tanto de ordem econômica como de ordem física.

Assim, **até 1990**, o adquirente de produtos e serviços no mercado de consumo brasileiro, contava com, basicamente, *duas Leis para a defesa de seus direitos*: a **Lei 3.071/1916** – antigo Código Civil, e **Lei 1.521/1951** – Crimes contra a economia popular.

Neste cenário, em que, a produção em massa era regulada por um Código Civil de 1916 que fora inspirado no liberalismo econômico do século XIX que era voltado para as relações individualizadas marcadas pelo equilíbrio entre os sujeitos contratantes, surgiu uma grande contradição. Pois, se os vícios e defeitos começaram a se tornar recorrentes no novo modelo de sociedade apresentado, o Direito da época não estava apto a proteger a parte mais fraca da relação jurídica de consumo – o consumidor.

Este quadro exigiu uma profunda transformação do sistema jurídico brasileiro e da ciência jurídica. Os novos tempos trouxeram a necessidade de revisão desse modelo, com a instituição de legislações cada vez mais específicas.

No Brasil, este processo foi desencadeado com o advento da **Constituição Federal de 1988**, que originou, dentre outros, o Estatuto da Cidade, o Estatuto da Criança e do Adolescente, o Estatuto do Idoso e a **Lei 8.078**, de 11 de setembro de 1990 – **Código de Defesa do Consumidor** (CDC).

Deste modo, temos, na CF/88, dois mandamentos em seu corpo principal – arts. 5º, XXXII e 170, V, e um mandamento no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias – art. 48. Vamos vê-los:

Art. 5º da CF/88. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade, nos termos seguintes:

XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

---

[2] Fabrício Bolzan. Direito do Consumidor Esquematizado. São Paulo: Saraiva, 2013. Pág. 28.

A relação jurídica de consumo é uma relação desigual. De um lado, encontramos o consumidor vulnerável, e de outro o fornecedor detentor do monopólio dos meios de produção. Por isso, nada mais justo do que alçar o Direito do Consumidor ao patamar de Direito Fundamental (art. 5º da CF).

Art. 170 da CF/88. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos a existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V – defesa do consumidor.

Desta forma, é livre a exploração de atividade econômica em nosso país, desde que de forma lícita, respeitando o direito dos consumidores.

Art. 48 do ADCT. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

"O legislador constituinte optou pela elaboração codificada do Direito do Consumidor, e não pela edição de leis específicas, cada uma disciplinadora de assuntos afetos às relações jurídicas de consumo. Apesar de existirem outras leis especiais dentro do sistema de proteção do consumidor, no momento da elaboração do Diploma de defesa do consumidor a opção pela codificação foi a mais acertada"[3].

O amparo constitucional que possui o Direito do Consumidor traz uma conotação imperativa no mandamento de ser do Estado a responsabilidade de promover a defesa do vulnerável da relação jurídica de consumo.

3.2 – CARACTERÍSTICAS DO CDC

O CDC possui três características principais: [1]lei principiológica; [2]normas de ordem pública e interesse social e [3]microssistema multidisciplinar:

✓1. CDC como lei principiológica.

Isso acontece porque o CDC é constituído por uma série de princípios que têm como objetivo **conferir direitos** aos consumidores, que são os vulneráveis da relação, e **impor deveres** aos fornecedores.

[3] Fabrício Bolzan. Direito do Consumidor Esquematizado. São Paulo: Saraiva, 2013. Pág. 37.

Veremos, no título seguinte, os princípios que alicerçam o CDC e que buscam o reequilíbrio de uma relação jurídica que é muito desigual.

✓2. CDC como norma de ordem pública e interesse social.

Temos, no art. 1º da Lei 8.078/90, a seguinte disposição:

Art. 1°. O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ***ordem pública e interesse social****, nos termos dos arts. 5°, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.*

Deste modo, o citado dispositivo legal, deixa claro, que, o CDC traz em seu conteúdo normas de ordem pública e de interesse social.

"MAS PROFESSORA, COMO ISSO SE REFLETE NA PRÁTICA?"

Na prática, temos três consequências que esta característica – ordem pública e interesse social, acarreta:

[1]o juiz poderá reconhecer de ofício direitos do consumidor;

[2]as decisões decorrentes das relações de consumo não se limitam às partes envolvidas em litígio;

[3]as partes não poderão derrogar os direitos do consumidor.

Vou explicar melhor:

[1]O *juiz poderá reconhecer de ofício* direitos do consumidor, ou seja, o juiz não precisa ser provocado pela parte para reconhecer um direito do consumidor, ele poderá fazê-lo por conta própria;

[2]As *decisões decorrentes das relações de consumo não se limitam às partes envolvidas* em litígio. Desta forma, as sentenças, possuem, também, um caráter educativo e de alerta. Educativo para toda a sociedade e de alerta para os demais fornecedores não continuarem com práticas ilícitas nas relações de consumo;

[3]As partes não poderão derrogar os direitos do consumidor. *"A autonomia da vontade e a pacta sunt servanda, institutos muito presentes no Direito Civil clássico, foram mitigadas no CDC em razão da necessidade do intervencionismo estatal que buscou atingir, em última análise, o reequilíbrio da relação de consumo que é muito desigual. Desta forma, sendo abusiva uma cláusula contratual, ela*

será anulada, não cabendo a alegação de que o consumidor estava consciente e de que gozava da plenitude de sua capacidade mental"[4].

✓3. CDC como microssistema multidisciplinar.

O Código de Defesa do Consumidor é chamado de microssistema multidisciplinar, porque alberga em seu sistema diversas disciplinas jurídicas, como: direito constitucional, direito civil, processo civil, direito administrativo, direito penal.

4. PRINCÍPIOS GERAIS.

O estudo dos princípios servirá para um melhor esclarecimento do modelo de sistema adotado pela Lei Consumerista como uma norma protetiva dos vulneráveis negociais.

Princípios, são considerados regras básicas a serem aplicadas a uma determinada categoria ou a determinado ramo do conhecimento. Sua origem advém das normas, dos costumes, da doutrina, da jurisprudência como também de aspectos políticos, econômicos e sociais.

O art. 4º do CDC estabelece os objetivos da política nacional das relações de consumo e prevê os princípios que devem ser seguidos nas relações de consumo, dentre outros.

*Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por **objetivo** o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, **atendidos os seguintes princípios**: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)*

*I - reconhecimento da **vulnerabilidade** do consumidor no mercado de consumo;*

*II - **ação governamental** no sentido de proteger efetivamente o consumidor:*

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

*III - **harmonização dos interesses** dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo*

[4] Fabrício Bolzan. Direito do Consumidor Esquematizado. São Paulo: Saraiva, 2013. Pág. 40.

a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), ***sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações*** *entre consumidores e fornecedores;*

IV - ***educação e informação*** *de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;*

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de ***controle de qualidade e segurança*** *de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;*

VI - ***coibição e repressão*** *eficientes* ***de todos os abusos*** *praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;*

VII - ***racionalização e melhoria*** *dos serviços públicos;*

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Passemos a seu estudo!

4.1 – Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor

Previsto no artigo 4º, inciso I da Lei nº 8.078:

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - ***reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor*** *no mercado de consumo;*

Toda pessoa – independentemente de situação política, social, econômica ou financeira, que for **consumidora** será a parte **vulnerável**. Esta é uma característica intrínseca da relação de consumo, é uma verdadeira condição jurídica, analisada como conceito jurídico atrelado ao consumidor.

Com a constatação de que a **relação de consumo** é extremamente **desigual**, é importante que se busque **instrumentos** jurídicos para **reequilibrar** os negócios firmados entre consumidor e fornecedor, sendo o reconhecimento da presunção de vulnerabilidade do consumidor o princípio norteador da igualdade material entre os sujeitos do mercado de consumo.

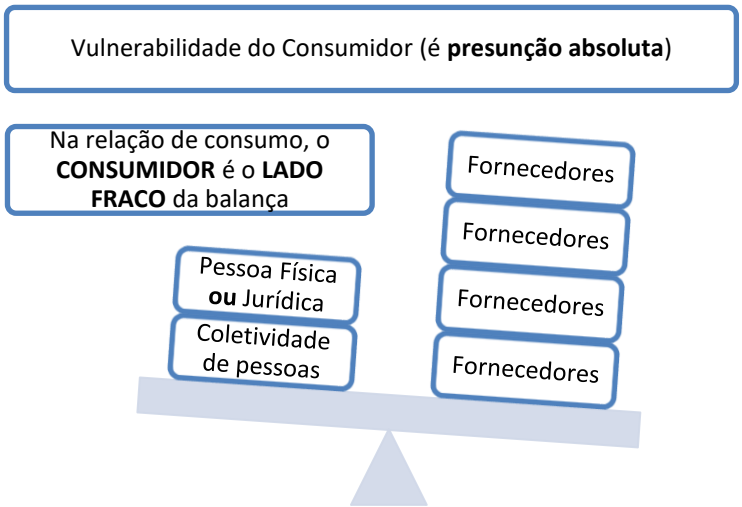
Sendo, portanto, o consumidor a parte mais fraca da relação jurídica, é necessário que ele tenha um tratamento diferenciado para que consiga se relacionar com um mínimo de independência.

O CDC nos diz quem são os consumidores, atente para o artigo:

Art. 2°. Consumidor é toda ***[1]pessoa física*** *ou* ***[2]jurídica*** *que* ***adquire 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.*

Por sua própria condição de destinatário final do produto ou serviço, todo consumidor será vulnerável – **esta presunção é ABSOLUTA** (*iure et de iure*) e, assim sendo, terá direito aos meios protetivos a sua condição.



A vulnerabilidade é característica de uma pessoa mais fraca, que necessita de proteção. Esta vulnerabilidade poderá se apresentar de forma duradoura ou provisória, poderá atingir as pessoas de forma individual ou coletivamente.

Quando presente ela irá enfraquecer o sujeito de direitos causando um desequilíbrio na relação de consumo.

Assim, temos três tipos de vulnerabilidade:

✓**Vulnerabilidade técnica** – se materializa quando a pessoa não possui o **conhecimento técnico** sobre determinado produto ou serviço, principalmente se comparado ao profissional que irá prestá-lo. Este tipo de vulnerabilidade é mais comumente atribuída a consumidores não profissionais, mas eventualmente poderá atingi-los, como no caso de empresas que contratam serviços como consumidoras finais. A exemplo de uma contratação de um seguro, nestes casos, porém, será necessária a prova em concreto do desconhecimento técnico.

✓**Vulnerabilidade Jurídica** – acontece quando a pessoa não possui **conhecimentos jurídicos, econômicos ou contábeis específicos**. Este tipo de vulnerabilidade, no sistema do CDC, é presumida para o consumidor pessoa física e para o consumidor não profissional. Já para os **profissionais** e para as **pessoas jurídicas** **não existe tal presunção**, uma vez que devem possui conhecimentos de economia para exercer seus negócios e quanto aos conhecimentos jurídicos e contábeis devem contar com consultores profissionais especializados para apoiá-los em suas decisões.

✓**Vulnerabilidade Fática** – neste tipo de vulnerabilidade o "problema" está na outra parte, e não no consumidor. Aqui é o fornecedor, que por deter o monopólio ou por oferecer um serviço considerado essencial, impõe esta superioridade a todos que com ele contratam. (Atenção: Quanto às pessoas jurídicas, o STJ tem considerado que frente aos monopólios dos serviços públicos privatizados, estas também podem vir a ser consideradas vulneráveis).

Por fim, resta a **vulnerabilidade informacional**, que justamente é aquela intrínseca à condição de consumidor.

Claudia Lima Marques[5] assim ensina: *"Esta vulnerabilidade informativa não deixa, porém, de representar hoje o maior fator de desequilíbrio da relação vis-à-vis os fornecedores, os quais, mais do que experts, são os únicos verdadeiramente detentores da informação. Presumir a vulnerabilidade informacional (art. 4º, I do CDC) significa impor ao fornecedor o dever de compensar este novo fator de risco na sociedade. Aqui, mais do que técnica, jurídica ou fática, esta vulnerabilidade é essencial à dignidade do consumidor, principalmente enquanto pessoa física".*

Temos, ainda, os **hipervulneráveis**. A doutrina e a jurisprudência vêm reconhecendo que determinado grupo de consumidores possuem um nível mais alto de fragilidade em relação aos demais consumidores vulneráveis, e que por esta razão necessitariam de maiores cuidados. Assim, são considerados hipervulneráveis as crianças, os idosos, gestantes, os portadores de necessidades especiais, os analfabetos, dentre outros.

4.1.1 – VULNERABILIDADE E HIPOSSUFICIÊNCIA

Aluno, o conceito de hipossuficiência é diferente do conceito de vulnerabilidade que vimos acima.

A **vulnerabilidade** é uma **construção jurídica**, já a **hipossuficiência** é uma **construção fática**. Esta funda-se nas desigualdades apresentadas nos casos concretos – assim a noção de hipossuficiência é um **conceito de direito processual**, que deverá ser analisado pelo juiz caso a caso, trata-se de uma **presunção RELATIVA** que sempre deverá ser comprovada no caso concreto perante o juiz.

Deste modo, podemos afirmar *que todo consumidor é vulnerável (construção jurídica), mas nem todo consumidor será hipossuficiente (construção fática)*.

[5] Manual de Direito do Consumidor. Ed. Revista dos Tribunais; 4ª edição; 2012; Pág. 101.

"PROFESSORA, MAS POR QUE ISTO OCORRE?"

Isto ocorre simplesmente porque a vulnerabilidade é característica intrínseca da situação de consumidor (é uma construção jurídica), já a **hipossuficiência dependerá de situações fáticas**, ou seja, dependerá de determinadas características presentes no caso concreto e analisadas no direito processual.

Veja que a hipossuficiência consumerista é conceito mais amplo e vai além das situações de pobreza que são frequentemente relacionadas a este termo. Por exemplo, para o direito do consumidor, não serão necessariamente considerados hipossuficientes as pessoas pobres, pois tal característica – hipossuficiente, poderá estar relacionada a outro fator, no qual a pessoa seja deficitária.

Assim, além de diferenças econômicas, financeiras ou políticas, a hipossuficiência do consumidor poderá ainda ser técnica, em razão do desconhecimento sobre o produto ou serviço que foi adquirido.

A decorrência direta deste princípio está no art. 6º, VIII do CDC:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

...

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a ***inversão do ônus da prova, a seu favor****, no processo civil,* ***quando****, a critério do juiz, [1]for verossímil a alegação ou [2]quando for ele* ***hipossuficiente****, segundo as regras ordinárias de experiências;*

Vamos ver o que Flávio Tartuce[6] fala a respeito do assunto: *"Concluindo o presente ponto, pode-se dizer que a hipossuficiência do consumidor constitui um plus, um algo a mais, que traz a ele mais um benefício, qual seja a possibilidade de pleitear, no campo judicial, a* ***inversão do ônus de provar****, conforme estatui o art. 6º, VIII, da Lei 8.078/90. Nesse ponto, cumpre reprisar mais uma vez, diferencia-se da vulnerabilidade, conceito jurídico indeclinável que justifica toda a proteção constante do Código do Consumidor, em todos os seus aspectos e seus preceitos".*

4.2 – Da Defesa do Consumidor pelo Estado

Este princípio está disposto no art. 4º, II:

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por ***objetivo*** *o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus*

[6] Flávio Tartuce. Daniel Amorim Assumpção Neves. Manual de Direito do Consumidor. Vol. Único, 2013. Pag. 35.

interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, ***atendidos os seguintes princípios****: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)*

II - ***ação governamental*** *no sentido de proteger efetivamente o consumidor:*

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Com a massificação da produção e das relações de consumo o equilíbrio entre consumidor e fornecedor que antes existia, deixou de ser uma realidade. Para prevenir e impedir que abusos contra o consumidor continuassem concluiu-se que o Estado deveria intervir no mercado consumidor, tendo por objetivo a proteção da parte mais vulnerável da relação de consumo.

Assim, o princípio da defesa do consumidor pelo Estado resulta do entendimento da necessidadede atuação do Estado na defesa do consumidor, que será feita da seguinte forma: por iniciativa direta (por exemplo a instituição de PROCONS pelo Brasil); por meio de incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas (como exemplo temos o IDEC, o BRASILCON); pela sua presença no mercado de consumo (que se evidencia através das agências reguladoras que possuem dentre outros objetivos, o de fiscalizar a prestação de serviços públicos delegados à execução de particular, como exemplo temos a ANATEL); pela garantia de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho dos produtos e serviços (trata-se de garantia de adequação dos produtos e serviços fornecidos no mercado de consumo às finalidades esperadas pelos consumidores, este é o trabalho que faz o INMETRO, por exemplo) ; e pelo estudo constante das modificações do mercado de consumo (o Estado deve ficar atento as alterações ocorridas no mercado de consumo, com o objetivo de preservar a proteção do consumidor. Como exemplo de modificações do mercado de consumo temos as compras e contratações realizadas por meio eletrônico).

O art. 5º do CDC dispõe sobre os instrumentos que serão utilizados pelo Estado para efetivar esta Política Nacional das Relações de Consumo.

Art. 5°. Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

4.3 – Princípio da Harmonia nas Relações de Consumo

*Art. 4º A **Política Nacional das Relações de Consumo** tem por **objetivo** o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:*

...

*III - **harmonização dos interesses** dos **participantes das relações de consumo** e **compatibilização** da **proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico**, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), **sempre com base na boa-fé e equilíbrio** nas relações entre consumidores e fornecedores;*

O princípio da harmonia apresenta **dois objetivos**:

✓Compatibilização dos interesses dos participantes das relações de consumo.

✓Compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico.

O **primeiro objetivo** está relacionado com a **igualdade substancial das partes**. Diz-se substancial porque suas normas não se limitaram à busca de igualdade perante a lei, mas foram além, buscaram conferir direitos aos consumidores e também impor deveres aos fornecedores para com isso concretizar a isonomia material.

O **segundo objetivo** está relacionado ao **progresso científico**, pois a proteção dada ao consumidor não pode obstar que tal progresso aconteça, no entanto, deverá ser feito de maneira harmoniosa, que satisfaça tanto o consumidor como o fornecedor.

Assim, para que o princípio da harmonização se efetive, outros dois princípios precisam ser realizados: o princípio da boa-fé objetiva e o princípio do equilíbrio.

4.3 .1 – Princípio da Boa-Fé Objetiva

A boa-fé objetiva é o resultado da evolução histórica da boa-fé **subjetiva** – que atuava na esfera **intencional** das pessoas, mas deixava de lado a conduta.

Com a influência católica e cristã – na fase do jusnaturalismo, a boa-fé evoluiu, saindo da intenção e passando para **ação** das partes – tanto consumidores quanto fornecedores, sendo denominada **boa-fé objetiva**. Sobre este tema temos o **Enunciado nº 26 da I Jornada de Direito Civil**: *"A boa-fé objetiva vem a ser a exigência de um comportamento de lealdade dos participantes negociais, em todas as fases do negócio".*

O princípio da boa-fé objetiva será aplicado, na prática, através dos **deveres anexos**[7] – que são os deveres de informação, de cooperação e de proteção.

O dever anexo de informação será cumprido quando forem oferecidas informações sobre o conteúdo, qualidade, características, modo de utilização do produto ou do serviço e principalmente que estas informações sejam efetivamente compreendidas pelo consumidor.

O dever de cooperação concretiza a harmonia nas relações jurídicas de consumo, onde o fornecedor coopera com o consumidor, como por exemplo, possibilitando o pagamento de carnê de prestações de compra feita a prazo, em qualquer estabelecimento bancário.

E por fim, o dever de proteção está relacionado aos direitos do consumidor a saúde, segurança e ao estabelecer ao fornecedor o dever de respeitá-los.

Claudia Lima Marques[8] ensina que a boa-fé objetiva possui, ainda, três funções básicas:

1ª – **Função criadora ou integrativa**. Pois servirá como fonte para **novos deveres de conduta** durante o contrato, uma vez que as relações contratuais continuam em constante evolução, também os deveres anexos[9] aos contratos evoluirão, e este princípio norteará a conduta das partes. Assim, em qualquer relação jurídica obrigacional de consumo o dever de informar, de cuidar, de cooperar e de lealdade, dentre outros, **estarão presentes**, mesmo que não escritos expressamente no contrato.

2ª – **Função limitadora**. Que servirá para limitar o exercício de direitos subjetivos que antes eram considerados lícitos, mas que atualmente são considerados abusivos.

3ª – **Função interpretadora**. Que será utilizada por quem interpreta ou concretiza os contratos, que o farão sempre tendo por base o princípio da boa-fé. Deste modo, para a aplicação desta função do princípio da boa-fé, o juiz partirá do princípio de que em todas as relações de consumo as partes devem pautar-se por um padrão ético de confiança e lealdade.

---

[7] Também poderão ser chamados de deveres laterais ou secundários.

[8] Manual de Direito do Consumidor. Ed. Revista dos Tribunais; 4ª edição; 2012.

[9] Como vimos os deveres anexos são deveres inerentes a qualquer contrato como dever de cuidado, de respeito, lealdade, probidade, dever de informar, de transparência de agir honestamente e com razoabilidade.

Deste modo, durante um **contrato de consumo**, exige-se que as partes atuem em colaboração e respeito, em harmonia, deste modo, com o princípio da boa-fé objetiva.

4.3.2 – Princípio da Equivalência Negocial

O princípio da equivalência ou equilíbrio negocial visa assegurar às partes igualdade de condições tanto no momento da contratação do serviço como no momento de seu aperfeiçoamento.

Sendo o consumidor considerado a parte mais frágil da relação de consumo e o fornecedor considerado a parte detentora do conhecimento especializado sobre o produto ou o serviço, essencial foi a criação de legislação específica capaz de tutelar a parte mais fraca dessa relação para, com isso, materializar uma igualdade que não poderia sobreviver apenas no plano formal.

Visa também dar ao consumidor o direito de conhecer o produto ou o serviço que está contratando, em plena concordância com o conceito de **liberdade de escolha** e do **dever anexo de informação**.

Sobre este princípio temos o art. 6º, II do CDC:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas [1]a liberdade de escolha e [2]a igualdade nas contratações;

Assim, percebe-se uma ligação do princípio ora estudado com o princípio da boa-fé objetiva, uma vez que existe uma exigência de conduta de lealdade por parte dos profissionais da relação de consumo em todas as fases do negócio jurídico.

4.4 – Princípio da Educação e da Informação

*Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por **objetivo** o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, **atendidos os seguintes princípios**: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)*

*IV - **educação e informação** de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;*

Na falta de uma educação formal sobre os direitos do consumidor, temos importante educação informal, realizada pelos órgãos e entidades de defesa do consumidor, como na elaboração de cartilhas e material informativo elaborado pelo PROCON, por exemplo, para informar e educar os consumidores acerca de seus direitos.

Recentemente tivemos a edição da Lei n. 12.291, de 20 de julho de 2010, que exige um exemplar do Código de Defesa do Consumidor em cada estabelecimento comercial. Apesar de seu caráter compulsório, serve bem para efetivar a educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

4.5 – Princípio da Confiança ou Princípio da Segurança e Qualidade

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por ***objetivo*** *o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo,* ***atendidos os seguintes princípios****: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)*

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de ***controle de qualidade e segurança*** *de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;*

Este princípio envolve os seguintes preceitos:

✓Dever de bem informar sobre a qualidade e a segurança, de acordo com o art. 8º do CDC:

Art. 8°. Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

§1º. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

§2º. O fornecedor deverá higienizar os equipamentos e utensílios utilizados no fornecimento de produtos ou serviços, ou colocados à disposição do consumidor, e informar, de maneira ostensiva e adequada, quando for o caso, sobre o risco de contaminação.

✓Informação ostensiva e adequada sobre a nocividade ou periculosidade, de acordo com o art. 9º do CDC:

Art. 9°. O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

✓Vedação para o produto com alto grau de nocividade ou periculosidade, de acordo com o art. 10 do CDC:

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

✓Dever de comunicar a periculosidade através de anúncios publicitários, de acordo com os parágrafos 1º e 2º do art. 10:

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1° O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2° Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

4.6 – Princípio de Combate ao Abuso

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por ***objetivo*** *o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo,* ***atendidos os seguintes princípios****: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)*

VI - ***coibição e repressão*** *eficientes* ***de todos os abusos*** *praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;*

Primeiramente podemos identificar a preocupação do legislador em coibir o abuso, mas se isto não acontecer, busca reprimi-lo de maneira eficaz.

Desta forma, as autoridades irão se empenhar para fiscalizar afim de coibir qualquer abuso no mercado de consumo. Mas se se configurar a abusividade, esta será reprimida pelo CDC, como por exemplo o art. 51 que traz um rol de cláusulas abusivas.

5. Campo de Aplicação

Após vermos os princípios, vamos adentrar, agora, em outro ponto de nosso estudo, qual seja, seu campo de aplicação.

Para que o consumidor seja efetivamente protegido em seus direitos, mister se faz que a pessoa encarregada de dizer o direito, possa determinar **com exatidão** que a relação se trata de uma **relação de consumo**.

"O QUE VOCÊ EXATAMENTE QUER DIZER COM ISSO?"

Obviamente não será toda relação jurídica que será também considerada uma relação de consumo, para que isto ocorra e para que o CDC venha a ser aplicado corretamente, o importante será diferenciar, ou "enxergar", os personagens que estão envolvidos nesta relação jurídica.

Nas palavras de Claudia Lima Marques[10]: *"No caso do CDC é este exercício,* ***de definir quem é o sujeito ou quem são os sujeitos da relação contratual e extracontratual****, que vai definir o* ***campo de aplicação desta lei****, isto é, a que relações ela se aplica". (grifos nossos)*

Assim, o **campo de aplicação** do Código de Defesa do Consumidor será sempre uma relação **entre um consumidor frente a um fornecedor** – é um campo de aplicação relacional.

"PROFESSORA SERÁ QUE VOCÊ PODE EXPLICAR UTILIZANDO UM EXEMPLO?"

Imagine que uma amiga quer vender a outra um tênis – esta relação não será tutelada pelo CDC, pois as duas são civis, não há a figura do fornecedor, portanto esta relação será tutelada pelo Código Civil.

Agora imagine uma transação entre dois comerciantes para a compra de parte de um estoque de bebidas. A relação agora é diferente? Será aplicado o CDC? Não, esta relação também não será tutelada pelo CDC, pois não existe a figura do consumidor, o **negócio** se dá **entre** os dois **profissionais** que trabalham com este ramo; esta relação também será tutelada pelo Direito Civil, observando as normas especiais do direito comercial.

A principal razão para se aplicar o CDC será determinada se a relação existente entre os envolvidos é a relação entre **consumidor X fornecedor** – este será o **campo de aplicação** do CDC.

Da relação de consumo surge o **ato de consumo** e observe que o **ato de consumo é misto**, pois envolve duas pessoas diferentes – um civil (uma pessoa – física ou jurídica, que será o consumidor) e um empresário (fornecedor), cada qual tutelado em suas relações pelas leis especificas (Código

[10] Manual de Direito do Consumidor. Ed. Revista dos Tribunais; 4ª edição; 2012; Pag. 85.

Civil e Código Comercial). A **relação do meio**, ou seja, os direitos e deveres que se originarem desta relação é que serão tutelados pelo Código de Defesa do Consumidor.

Desta forma, a relação jurídica de consumo terá dois elementos: um subjetivo e outro objetivo.

O **elemento subjetivo** está caracterizado pelos sujeitos da relação de consumo: o **consumidor e o fornecedor**.

Já o **elemento objetivo** da relação de consumo está caracterizado pelos objetos sob os quais recaem os interesses dos fornecedores e dos consumidores: o **produto e o serviço**.

"MAS NÃO PARECE SIMPLES DISTINGUIR ISTO, COMO EU VOU FAZER PARA DISTINGUIR ESTAS FIGURAS DA RELAÇÃO DE CONSUMO?"

Justamente para que você possa identificar estas figuras e o campo de aplicação do CDC, é que vamos conceituá-las a partir deste momento.

Recentemente a **jurisprudência dos Tribunais Superiores**, decidiu que o **CDC é aplicado** as relações jurídicas que envolvam as entidades abertas de previdência (Entidades Abertas de Previdência Privada – EAPP), e, **não é aplicado** nas relações jurídicas existentes entre entidades fechadas de previdência privada e seus participantes (Entidades Fechadas de Previdência Complementar – EFPC).

Desta análise resultou a **súmula STJ 563** que reconhece a inaplicabilidade do CDC às entidades fechadas de previdência complementar.

Seguindo este mesmo raciocínio, o STJ, no informativo 588, informou que **não se aplica o CDC** às relações existentes entre operadoras de planos de saúde constituídas sob a modalidade de autogestão[11] e seus filiados, na hipótese em que firmado contrato de cobertura médico-hospitalar.

[11] De acordo com a previsão legal (Resolução Normativa 137 da ANS), as operadoras de planos de assistência à saúde sob a modalidade de autogestão são aquelas destinadas a um grupo fechado de beneficiários e não visam lucro, seja porque nascem da gestão de um Plano no âmbito da área de recursos humanos de uma empresa, seja porque são operadas por pessoa jurídica sem finalidade lucrativa.

5.1 – CONSUMIDOR

Como vimos o consumidor é um dos elementos subjetivos da relação de consumo, e no Código de Defesa do Consumidor encontramos 4 artigos diferentes que contém algum tipo de **conceito de consumidor**.

Quando pensamos ou ouvimos a palavra consumidor nos vem à mente a ideia de uma pessoa que não seja uma profissional, mas que irá se relacionar ou contratar com uma pessoa que é profissional – esta noção é chamada de **noção subjetiva de consumidor**.

No entanto, voltando ao art. 2º do CDC vemos a chamada noção objetiva do conceito de consumidor:

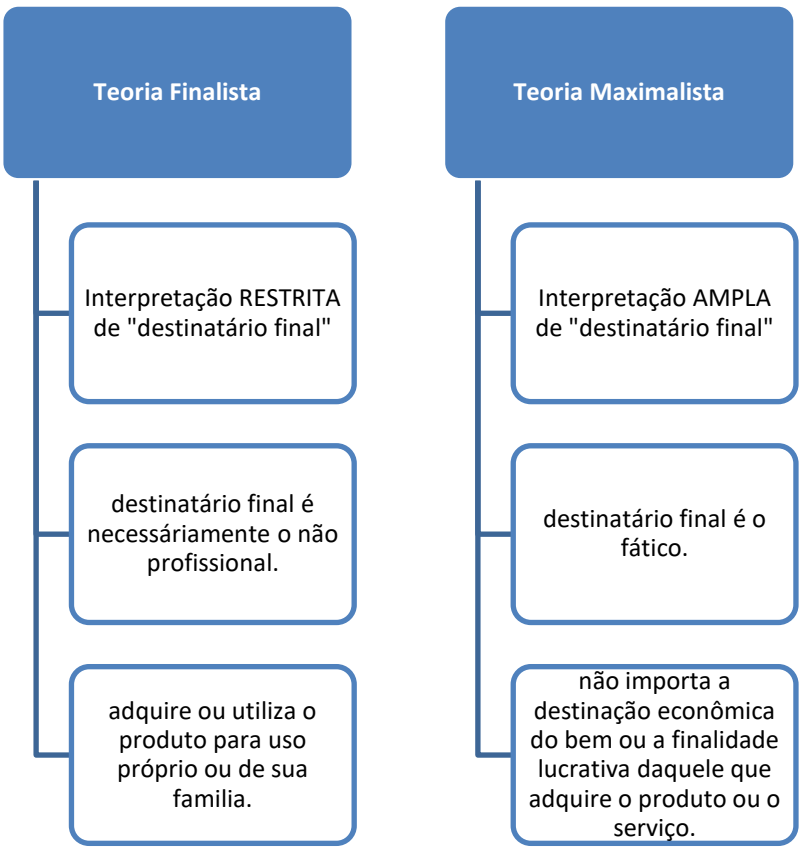
*Art. 2°. Consumidor é toda **pessoa física ou jurídica** que adquire ou utiliza produto ou serviço **como destinatário final**.*

E neste âmbito temos duas teorias que buscam determinar qual o alcance e quem seriam considerados consumidores: [1]a Teoria Finalista e [2]a Teoria Maximalista.

Para os defensores da ***Teoria Finalista (também conhecida como subjetiva)*** o conceito de consumidor é o ponto mais importante, o que dá sentido à proteção especial do CDC. Para eles a expressão **"destinatário final"** deve ser interpretada de forma **restrita** – seria aquele destinatário *fático e econômico* do bem ou serviço. Seriam os consumidores que adquirem o produto para seu uso ou de sua família. Esta relação não pode ocorrer de maneira profissional – como ocorre quando um profissional compra uma determinada ferramenta de trabalho e a utiliza para gerar lucro.

Já os defensores da ***Teoria Maximalista*** entendem o CDC como um novo regramento para o mercado de consumo brasileiro. Aqui, não se tem uma visão fechada de quem seriam os consumidores e de quem seriam os fornecedores. Neste ponto, todos poderiam trocar os papéis, sendo ora consumidores, ora fornecedores. Para esta corrente **o art. 2º deve ser interpretado da maneira mais ampla possível**, e o destinatário final seria o destinatário fático do produto – aquele que o retira do mercado e o utiliza.

A Teoria Finalista é, atualmente, aceita de forma majoritária e consolidou-se na jurisprudência brasileira.



Após o CC/2002 entrar em vigor, em verdade, a Teoria Finalista ganhou novos contornos e aprofundou-se nos conceitos de consumidor final imediato e de vulnerabilidade – o que Claudia Lima Marques chama de finalismo aprofundado.

Um exemplo deste finalismo aprofundado é o do enquadramento da pessoa jurídica como consumidora, desde que comprovada a sua fragilidade no caso concreto. Para ilustrar utilizaremos jurisprudência do STJ (REsp. 476.428/SC, Rel. Nancy Andrigui, j. 19.04.2005, *DJ*. 09.05.2005).

*"Direito do Consumidor. Recurso especial. Conceito de consumidor. Critério subjetivo ou finalista. Mitigação. Pessoa Jurídica. Excepcionalidade. Vulnerabilidade. Constatação na hipótese dos autos. Prática abusiva. Oferta inadequada. Característica, quantidade e composição do produto. Equiparação (art. 29). Decadência. Inexistência. Relação jurídica sob a premissa de trato sucessivo. Renovação do compromisso. Vício oculto. – **A relação jurídica qualificada por ser "de consumo" não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus polos, mas pela presença de uma parte vulnerável de uma lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro. – Mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. Ao consagrar o critério finalista** para interpretação do conceito de consumidor, **a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de**, em situações específicas, **abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários** em que fique evidenciada a relação de consumo. – São equiparáveis a consumidor todas as pessoa, determináveis ou não, expostas às*

práticas comerciais abusivas. – Não se conhece de matéria levantada em sede de embargos de declaração, fora dos limites da lide".

Portanto, para o **consumidor pessoa física** a **vulnerabilidade será presumida**. Já para o **consumidor pessoa jurídica** a **vulnerabilidade deverá ser comprovada**.

5.1.1 – CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO

A necessidade de que outras pessoas fossem tuteladas é consequência lógica à constatação de que não somente o adquirente direto de um produto ou um serviço é a parte mais fraca de uma relação de consumo em relação ao fornecedor.

Deste modo, outras pessoas poderão ser enquadradas no perfil da vulnerabilidade e valer-se da proteção do CDC mesmo sem se "encaixar" no conceito do art. 2º.

São os chamados **consumidores equiparados.**

O CDC trata dos consumidores equiparados em três momentos.

O primeiro trata da **coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo**, está previsto no parágrafo único do art. 2º:

Art. 2°. Parágrafo único. ***Equipara-se a consumidor*** *a* ***coletividade de pessoas****, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.*

Este dispositivo legal envolverá além da relação efetiva e concreta, a relação potencial, e tem por finalidade evitar a ocorrência de um dano em face dessa coletividade de consumidores ou de repará-lo.

Assim, bastará a mera exposição da coletividade para identificar o alcance da "intervenção" que consta no parágrafo do artigo.

Vamos a um exemplo para melhor ilustrar: suponha que determinado medicamento utilizado pelas pessoas, com o uso prolongado, venha a ser nocivo para a saúde. Nestes casos além das pessoas que efetivamente o utilizaram, toda a coletividade será protegida tendo em vista a potencialidade de consumo do medicamento.

Neste mesmo ínterim, temos o art. 17, que trata das **vítimas de eventos danosos**:

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

O art. 17 pertence a seção que trata da **Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço**, e dele podemos concluir que basta ser vítima de um produto ou serviço para contar com a tutela do CDC. Este artigo é muito importante porque concede ao consumidor equiparado o mesmo status do consumidor *estricto sensu*. Isto será de muita valia na hora de pedir a reparação integral.

Atente para o exemplo muito didático de Claudia Lima Marques[12] para este assunto: *"Assim, apesar de não se caracterizar como consumidor stricto sensu, a criança, filha do adquirente, que ingere produto defeituoso e vem a adoecer por fato do produto, é consumidor-equiparado e se beneficia de todas as normas protetivas do CDC aplicáveis ao caso".*

Esta vítima do evento danoso também é conhecida como **bystanders** – ela será equiparada ao consumidor não pelo fato de ser destinatária final de um produto ou serviço, mas pela condição de estar no local dos fatos quando da ocorrência do acidente de consumo.

Deste modo, pouco importa saber qual foi a pessoa que adquiriu o produto ou o serviço no mercado de consumo. Existindo vítima do evento danoso, esta será equiparada a consumidor e o CDC a protegerá.

Temos, por fim, o art. 29, relacionado aos consumidores expostos às **práticas comerciais,** que diz:

*Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, **equiparam-se aos consumidores** todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.*

De acordo com Claudia Lima Marques[13]: *"O art. 29 supera, portanto, os estritos limites da definição jurídica de consumidor para imprimir uma **definição de política legislativa**! Para harmonizar os interesses presentes no mercado de consumo, para reprimir eficazmente os **abusos do poder econômico**, para proteger os interesses econômicos dos consumidores finais, o legislador colocou um poderoso instrumento nas mãos daquelas pessoas (mesmo agentes econômicos) expostas às práticas abusivas. Estas, mesmo não sendo "consumidores stricto sensu", poderão utilizar as normas especiais do CDC, seus princípios, sua ética de responsabilidade social no mercado, sua nova ordem pública, para combater as práticas comerciais abusivas!".*

De acordo com o art. 29 todas as pessoas "expostas" às práticas comerciais e contratuais serão equiparadas a consumidor. Perceba que neste caso também não há a **necessidade** que o **consumidor participe efetivamente** da relação de consumo. Não precisam as pessoas serem induzidas a erro por uma publicidade enganosa, por exemplo, bastará a mera exposição à mensagem publicitária para que se caracterize a equiparação.

Recapitulando: consumidor será toda **pessoa física ou jurídica** que adquire ou utiliza produto ou serviço **como destinatário final** – a própria pessoa atuando como destinatário final. São consumidores por equiparação: a coletividade de pessoas; as vítimas de acidente de consumo e as pessoas expostas às práticas comerciais e contratuais abusivas.

[12] Manual de Direito do Consumidor. Ed. Revista dos Tribunais; 4ª edição; 2012; Pág. 104.

[13] Manual de Direito do Consumidor. Ed. Revista dos Tribunais; 4ª edição; 2012; Pag. 105.

PS.: as pessoas jurídicas também poderão ser consideradas consumidores por equiparação desde que presente a vulnerabilidade.

5.2 – FORNECEDOR

Vimos que, para que haja uma **relação de consumo,** existirá um consumidor, e a necessária presença de um fornecedor.

"E QUEM SERÁ O FORNECEDOR?"

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.

O CDC, em seu art. 3º, traz o conceito de **fornecedor** de uma forma bem ampla, com o intuito de que o mesmo possa ser aplicado a várias situações que envolvam relações de consumo:

*Art. 3°. **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.*

Assim, o fornecedor será aquele que coloca o produto ou presta o serviço no mercado de consumo.

Observe que o artigo acima menciona não só o fornecedor, mas também toda a **cadeia de fornecimento** da sociedade de consumo, assim, todos serão considerados fornecedores, pouco importando se sua relação com o consumidor for direta ou indireta, ou se tenha origem em um contrato ou não.

As pessoas físicas serão consideradas fornecedoras quando atuarem com habitualidade e de acordo com o doutrinador Rizzatto Nunes também estão enquadrados as pessoas que atuarem com eventualidade, mas com fins lucrativos. Como exemplo podemos citar os profissionais liberais, prestador de serviços.

As pessoas jurídicas que serão consideradas fornecedoras, de acordo com o CDC, são: a pessoa jurídica privada, a pessoa jurídica pública, pessoa jurídica nacional, pessoa jurídica estrangeira e os entes despersonalizados.

Os entes despersonalizados são aqueles que não possuem personalidade jurídica mas que o diploma consumerista considerou sujeitos de obrigações na qualidade de fornecedor, quando exercerem atividades produtivas no mercado de consumo. Como exemplo temos a massa falida que é

autorizada a continuar as atividades comerciais da empresa sob regime de quebra. Também são considerados entes despersonalizados as pessoas jurídicas de fato, que são sociedades em comum ou irregular, por sua constituição não ter obedecido as regras de direito.

No Código de Defesa do Consumidor não existe a exigência expressa de que o fornecedor de produtos e serviços seja um profissional, no entanto há o requisito da **habitualidade**, como podemos perceber pela leitura extraída da jurisprudência do STJ constante do Agravo em Recurso Especial 1.963, Rel. Ministro Mauro Campbell Marques, publicado em 04.04.2011.

"Destaca-se que para serem fornecedoras as recorrentes teriam que desenvolver habitualmente como sua atividade a comercialização de lotes, situação esta que como vimos acima não ocorreu, pois conforme se depreende dos documentos acostados com a exordial, elas somente cederam alguns lotes por imposição da situação já explanada".

Aqui temos também a figura do **fornecedor equiparado**, que não é o fornecedor do contrato principal de consumo, mas é o intermediário, antigo terceiro, ou estipulante, atualmente é o dono da relação conexa e principal de consumo. Vimos esta figura no Estatuto do Torcedor, Lei n. 10.671/2003 em seu art. 3º[14].

Art. 3º. Para todos os efeitos legais, equiparam-se a fornecedor, nos termos da Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, a entidade responsável pela organização da competição, bem como a entidade de prática desportiva detentora do mando de jogo.

5.3 – Os Produtos e os Serviços

A relação de consumo, como vimos, é composta de elementos subjetivos – consumidor e fornecedor, e pelos elementos objetivos – produtos e serviços.

O CDC em seu art. 3º parágrafo 1º traz uma definição de **produto** concisa, porém abrangente, porque, baseado nela, poderá ser considerado produto qualquer bem novo ou usado, móvel ou imóvel, material ou imaterial dentre outras características dos bens.

*Art. 3º. § 1º. **Produto** é qualquer **bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial**.*

Ao considerar como produto tanto os bens móveis como os imóveis legislador tornou nítido o entendimento de que o CDC será aplicado aos contratos imobiliários, bem como em relação àqueles que de alguma forma estejam ligados a estes como nas hipóteses dos contratos de empréstimos, financiamentos e seguro para a realização deste, quando o consumidor for adquirir a casa própria.

[14] Este dispositivo foi declarado constitucional pelo STF, ADI 2.937/DF, Rel. Ministro Cezar Peluso, j. 23.2.2012, Informativo de Jurisprudência do STF.

Sobre este tema temos a **Súmula 473 do STJ**: *"O mutuário do SFH não pode ser compelido a contratar o seguro habitacional obrigatório com a instituição financeira mutuante ou com a seguradora por ela indicada".*

Quanto aos bens materiais e imateriais, ressaltamos a importância da definição de bem imaterial, pois se observa o crescimento da importância econômica da informática e dos bens e serviços produzidos exclusivamente por este meio. Neste meio tempo espera-se a chegada do marco regulatório da internet e de como será seu relacionamento com o CDC.

"MAS PROFESSORA E OS PRODUTOS DISTRIBUÍDOS COMO AMOSTRAS GRÁTIS?"

Quanto a estes produtos distribuídos de forma gratuita, o CDC também será aplicado, uma vez que na definição de produto constante no § 1º do art. 3º não há a exigência de que a forma de aquisição fosse remunerada, também porque a sua distribuição tem como fim a obtenção de lucro, pois trata-se de uma estratégia de marketing, em que o consumidor conhece o produto e passa a consumi-lo de forma habitual, e por fim, pela razão de o CDC adotar a teoria do risco em que a responsabilidade será objetiva como regra.

O parágrafo 2º do art. 3º nos dá a definição de **serviço**, que tem como elemento caracterizador a palavra remuneração:

Art. 3º. § 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.*

Classicamente, os **negócios jurídicos** eram classificados como sendo onerosos ou gratuitos. Ao colocar a expressão "remunerados" o legislador procurou incluir os serviços de consumo que não são remunerados de forma direta pelo consumidor, mas sim de forma indireta, pela coletividade (como no caso dos idosos que não pagam pela passagem em transportes coletivos), ou ainda, quando o consumidor paga indiretamente o "benefício gratuito" que está recebendo (como as milhas).

Assim, a expressão remuneração se mostra mais acertada porque permite que se inclua todas as relações que possuem uma remuneração indireta, além das que são perfeitamente identificáveis como de consumo.

A renumeração para caracterizar o serviço poderá ser tanto a **direta** quanto a **indireta.** Será direta quando a contraprestação for imediatamente feita pelo consumidor. Será indireta quando num primeiro momento possa parecer gratuita, mas contenha uma remuneração embutida, como os estacionamentos gratuitos de lojas, que não deixam de ser remunerados, uma vez que o valor do estacionamento estará embutido no valor das mercadorias vendidas na loja.

O STJ já tem decisão no sentido de ser suficiente para a caracterização de serviço objeto da relação de serviço a remuneração indireta. Recurso Especial 566.468, Ministro Relator Jorge Scartezzini, 4ª T., DJ. 17.12.2004: *"para a caracterização da relação de consumo, o serviço pode ser prestado pelo fornecedor mediante remuneração obtida de forma indireta".*

No entanto, existem casos em que o serviço será totalmente gratuito, seja por ser sem qualquer tipo de remuneração ou em razão da natureza do serviço, o seu prestador não tenha cobrado o preço.

Quanto a exclusão das relações trabalhistas como objeto da relação jurídica de consumo, a doutrina aponta três fundamentos: a existência de legislação especifica para as relações empregatícias (CLT), o fato de os direitos dos trabalhadores serem considerados pela CF como direitos fundamentais sociais, e a existência de uma justiça específica para dirimir os conflitos resultantes da relação de trabalho (Justiça do Trabalho).

O § 2º do art. 3º traz também um rol exemplificativo de serviços bancários que são considerados objetos da relação de consumo.

Desta forma é pacífico tanto na doutrina como nas jurisprudências do STJ como do STF que o CDC será aplicado aos serviços bancários. Vide a súmula 297 do STJ*: "O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras".*

6. Considerações Finais

Chegamos assim ao fim da parte teórica desta nossa aula demonstrativa.

Novamente chamo a sua atenção para a importância da resolução dos exercícios que serão apresentados a seguir.

Em caso de dúvidas utilize o fórum de dúvidas.

Um grande abraço, espero reencontra-los em breve.

Bons estudos!

Aline Baptista Santiago.

7 – QUESTÕES

7.1 – QUESTÕES COMENTADAS

1. (FCC/ DPE-AP – 2018)

O princípio da intervenção estatal ou da obrigação governamental, previsto no Código de Defesa do Consumidor:

(A) pode afastar o direito positivo, se ficar evidenciado que sua aplicação alcançará o respeito à equidade na relação de consumo.

(B) assegura a atuação direta e indireta do Estado, excetuando-se o uso do poder de polícia.

(C) determina que o Estado deve garantir uma relação harmônica e justa, que estabeleça o equilíbrio econômico-financeiro e das obrigações jurídicas pactuadas.

(D) está previsto na Constituição Federal e evidencia a obrigação do Estado de proteger a parte mais fraca da relação, por meios legislativos e administrativos.

(E) garante a transparência dos comportamentos daqueles que integram uma relação de consumo.

Comentários:

Alternativa "a" – errada.

O CDC é norma de ordem pública e de interesse social, não pode ser afastado.

Art. 1°. O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ***ordem pública e interesse social****, nos termos dos arts. 5°, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.*

Alternativa "b" – errada.

O poder de polícia também está incluso na atuação do Estado.

Alternativa "c" – errada.

O princípio da intervenção estatal ou da obrigação governamental busca o reequilíbrio da relação de consumo que é muito desigual, mas não garante nada.

Alternativa "d" – correta.

Temos, na CF/88, dois mandamentos em seu corpo principal – arts. 5º, XXXII e 170, V, e um mandamento no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias – art. 48. Vamos vê-los:

Art. 5º da CF/88. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade, nos termos seguintes:

XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

A relação jurídica de consumo é uma relação desigual. De um lado, encontramos o consumidor vulnerável, e de outro o fornecedor detentor do monopólio dos meios de produção. Por isso, nada mais justo do que alçar o Direito do Consumidor ao patamar de Direito Fundamental (art. 5º da CF).

Art. 170 da CF/88. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos a existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V – defesa do consumidor.

Desta forma, é livre a exploração de atividade econômica em nosso país, desde que de forma lícita, respeitando o direito dos consumidores.

Art. 48 do ADCT. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

"O legislador constituinte optou pela elaboração codificada do Direito do Consumidor, e não pela edição de leis específicas, cada uma disciplinadora de assuntos afetos às relações jurídicas de consumo. Apesar de existirem outras leis especiais dentro do sistema de proteção do consumidor, no momento da elaboração do Diploma de defesa do consumidor a opção pela codificação foi a mais acertada"[15].

O amparo constitucional que possui o Direito do Consumidor traz uma conotação imperativa no mandamento de ser do Estado a responsabilidade de promover a defesa do vulnerável da relação jurídica de consumo.

Alternativa "e" – errada.

Mais uma vez, o princípio da intervenção estatal ou da obrigação governamental busca o reequilíbrio da relação de consumo que é muito desigual, mas não garante nada.

Gabarito Letra: D.

---

2. (FCC/ DPE-AP – 2018)

A respeito de produtos ou serviços que apresentem alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança do consumidor,

(A) não há previsão expressa no Código de Defesa do Consumidor a respeito do tema, mas sim em normas administrativas editadas pelo Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

(B) a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, tomando conhecimento da periculosidade ou insegurança de produtos ou serviços deverão alertar os consumidores diretamente.

(C) é obrigação do fornecedor, tendo colocado o produto ou serviço no mercado, avisar imediatamente as autoridades competentes para que estas deem publicidade ao acontecimento, evitando-se impactos econômicos.

---

[15] Fabrício Bolzan. Direito do Consumidor Esquematizado. São Paulo: Saraiva, 2013. Pág. 37.

(D) se a periculosidade ou risco à segurança era conhecido pelo consumidor, haja vista que publicizada na fase précontratual, não há medida exigida pelo Código de Defesa do Consumidor em relação ao fornecedor.

(E) os anúncios que deverão ser veiculados na imprensa e outras fontes de comunicação serão gratuitos ao fornecedor, com o fim de atingir o maior número de consumidores e dar celeridade à notícia.

Comentários:

Alternativa "a" – errada.

Art. 9° O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Alternativa "b" – correta.

Art. 10. § 3º. Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

Alternativa "c" – errada.

Art. 10. § 1º. O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

Alternativa "d" – errada.

Art. 8°. Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Alternativa "e" – errada.

Art. 10. § 2º. Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

Gabarito: Letra B.

---

3. (FCC/ PGE-TO – 2018)

Determinados contratos de prestação de serviços que trazem subjacente uma relação de consumo protegida pelo Código de Defesa do Consumidor são apontados pela doutrina como de natureza relacional, na medida em que traduzem um vínculo continuado, que se protrai no tempo, com potenciais mudanças do cenário econômico e mercadológico original. Uma importante inovação trazida pelo Código de Defesa do Consumidor, especialmente vocacionada para aplicação em contratos dessa natureza, consiste na

(A) modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais, sendo assim presumidas aquelas que estabelecem reajustes automáticos por índices inflacionários.

(B) obrigatoriedade de apropriação, de forma automática no preço contratado, de ganhos de produtividade e de inovação tecnológica.

(C) previsão de manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, assim caracterizado pela taxa de retorno incialmente avençada.

(D) aplicação automática da redução constante de preços em função da presunção de economias de escala.

(E) revisão de cláusulas contratuais em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.

Comentários:

Art. 6°. São direitos básico do consumidor:

V. a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.

Desta regra decorrem os direitos de [1]**modificação** e [2]**revisão** das cláusulas contratuais. Modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais e revisão das cláusulas em razão de fatos supervenientes que a tornem excessivamente onerosas.

A grande dúvida sobre este tema é saber se esta revisão tem ou não fundamento na Teoria da Imprevisão do Código Civil.

A Teoria da Imprevisão tem como requisito fundamental a imprevisibilidade do fato superveniente para a revisão contratual. Atente para a redação do art. 317 do CC/2002:

Art. 317. Quando, por motivos imprevisíveis, sobrevier desproporção manifesta entre o valor da prestação devida e o do momento de sua execução, poderá o juiz corrigi-lo, a pedido da parte, de modo que assegure, quanto possível, o valor real da prestação.

Prevalece na doutrina que **o CDC NÃO adotou** a teoria da imprevisão, na medida em que o art. 6º, V, em nenhum momento exigiu o requisito da imprevisibilidade. Desta forma, basta a ocorrência do fato superveniente para legitimar a revisão do contrato caso este venha a se tornar excessivamente oneroso ao consumidor.

Gabarito Letra: E.

---

4. (FCC/ TJ-SC – 2017)

Quanto aos direitos do consumidor, bem como suas disposições gerais, é correto:

(A) Direitos básicos do consumidor possuem rol elucidativo e não taxativo; se a ofensa for praticada por mais de um autor, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.
(B) Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, desde que determinadas ou determináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

(C) Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, desde que personalizada, que desenvolve atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.
(D) As normas consumeristas têm natureza protetiva e de defesa dos consumidores, de ordem dispositiva e de interesse social, implicando tratamento diferenciado a estes por sua hipossuficiência e vulnerabilidade.
(E) Produto é qualquer bem, exclusivamente material, de natureza móvel ou imóvel, indistintamente.

Comentários:

Alternativa "a" – correta.

Art. 7°. Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Alternativa "b" – errada.

Art. 2º. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Alternativa "c" – errada.

Art. 3°. 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.

Alternativa "d" – errada.

Art. 1º. O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5°, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

Alternativa "e" – errada.

Art. 3º. § 1°. Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

Gabarito: letra A.

5. (FCC/ DPE-BA – 2016)

Sebastião juntou dinheiro que arrecadou ao longo de 20 anos trabalhando como caminhoneiro para adquirir um caminhão, zero quilômetros, que passou a utilizar em seu trabalho, realizando fretes no interior do Estado da Bahia. Ainda no prazo de garantia, o veículo apresentou problemas e ficou imobilizado. Sua esposa, Raimunda, microempresária do ramo da costura, adquiriu uma máquina bordadeira de valor elevado de uma grande produtora mundial, que depois de poucas semanas de funcionamento, também apresentou parou de funcionar. Diante desses fatos, é correto afirmar que

(A) Ambos podem ser considerados consumidores, desde que se configurem como usuários finais dos produtos adquiridos e comprovem hipossuficiência econômica em relação ao fornecedor, uma vez que, embora o Código de Defesa do Consumidor adote a teoria finalista como regra geral, a lei reconhece expressamente a hipótese de consumo intermediário mediante prova da hipossuficiência econômica e do desequilíbrio na relação.

(B) Ambos podem ser considerados consumidores, ainda que não se configurem como usuários finais dos produtos adquiridos, uma vez que, embora o Código de Defesa do Consumidor adote a teoria finalista, em casos semelhantes, o Superior Tribunal de Justiça já admitiu a mitigação desta teoria diante da prova da hipossuficiência e do desequilíbrio na relação, caracterizando hipótese de consumo intermediário.

(C) Nenhum dos dois pode se enquadrar no conceito de consumidor previsto no Código de Defesa do Consumidor, pois não são destinatários finais dos produtos; a lei adotou a teoria finalista, e a jurisprudência pacífica do Superior Tribunal de Justiça não admite a hipótese de consumo intermediário, afastando as disposições consumeristas para os produtos adquiridos para a utilização em cadeia de produção.

(D) Ambos podem ser considerados consumidores, ainda que não se configurem como usuários finais dos produtos adquiridos, uma vez que a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça entende que o Código de Defesa do Consumidor não adotou a teoria finalista, bastando a prova da hipossuficiência e do desequilíbrio na relação e, portanto, se apresentando como irrelevante que o consumo tenha ocorrido na cadeia de produção.

(E) Sebastião pode ser considerado consumidor mesmo que não seja usuário final do produto adquirido, uma vez que, embora o Código de Defesa do Consumidor adote a teoria finalista, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça admite a mitigação desta teoria diante da prova da hipossuficiência e do desequilíbrio na relação, caracterizando hipótese de consumo intermediário, mas Raimunda não poderá ser considerada consumidora, por se tratar de pessoa jurídica.

Comentários:

AGRAVO INTERNO - AGRAVO - INDENIZAÇÃO - ATRASO NA ENTREGA DE IMÓVEL - ARTIGOS 165, 458 E 535, DO CPC - PREQUESTIONAMENTO - REEXAME DE PROVAS - APLICAÇÃO DO CÓDIGO DO CONSUMIDOR - TEORIA FINALISTA MITIGADA. 1.- Tendo o Tribunal de origem fundamentado o

*posicionamento adotado com elementos suficientes à resolução da lide, não há que se falar em ofensa aos artigos 165, 458 e 535, do CPC. 2.- Não examinada a matéria objeto do Recurso Especial pela instância a quo, mesmo com a oposição dos Embargos de Declaração, incide o enunciado 211 da Súmula do Superior Tribunal de Justiça. 3.- A convicção a que chegou o Acórdão decorreu da análise do conjunto fático-probatório, e o acolhimento da pretensão recursal demandaria o reexame do mencionado suporte, obstando a admissibilidade do Especial os enunciados 5 e 7 da Súmula desta Corte Superior. 4.- **A jurisprudência desta Corte tem mitigado a teoria finalista para autorizar a incidência do Código de Defesa do Consumidor nas hipóteses em que a parte (pessoa física ou jurídica), embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade.** Precedentes. 5.- Agravo Regimental improvido.*

(STJ - AgRg no AREsp: 402817 RJ 2013/0330208-2, Relator: Ministro SIDNEI BENETI, Data de Julgamento: 17/12/2013, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 04/02/2014)

Gabarito: letra B.

---

6. (FCC/ DPE-BA – 2016)

De acordo com as disposições legais e jurisprudência dos Tribunais Superiores, o Código de Defesa do Consumidor se aplica

(A) Às entidades abertas de previdência complementar e aos serviços públicos *uti universi et singuli;* mas não se aplica às entidades fechadas de previdência complementar.

(B) Às entidades abertas de previdência complementar e aos serviços públicos remunerados prestados *uti universi*, mas não se aplica às entidades fechadas de previdência complementar e nem aos serviços públicos *uti singuli*.

(C) Às entidades abertas ou fechadas de previdência complementar e aos serviços *públicos uti universi et singuli.*

(D) Às entidades abertas ou fechadas de previdência complementar e aos serviços públicos remunerados prestados *uti singuli*, mas não aos contratos de administração imobiliária firmados entre locador (proprietário do imóvel) e a imobiliária e aos serviços públicos *uti universi.*

(E) Às entidades abertas de previdência complementar e aos serviços remunerados prestados *uti singuli,* mas não se aplica às entidades fechadas de previdência complementar e nem aos serviços públicos *uti universi.*

Comentários:

Segundo a jurisprudência dos Tribunais Superiores, o CDC é aplicado as relações jurídicas que envolvam as entidades abertas de previdência (Entidades Abertas de Previdência Privada – EAPP), e, não é aplicado nas relações jurídicas existentes entre entidades fechadas de previdência privada e seus participantes (Entidades Fechadas de Previdência Complementar – EFPC).

Quanto aos serviços públicos, deverá haver uma certa correspondência entre os serviços prestados e os valores pagos – deve existir uma correlação entre o que se paga e o que se recebe.

Deste modo será aplicado o CDC os serviços de telefonia, transporte coletivo, energia elétrica, água, que são remunerados por tarifa – *serviços uti singuli*.

Gabarito: letra E.

---

7. (FCC/ TJ-SE – 2015)

O Código de Defesa do Consumidor se utiliza das expressões "vulnerabilidade e "hipossuficiência" nos seus artigos. A respeito deste tema, é correto afirmar:

(A) O juiz somente pode inverter o ônus da prova no processo civil quando estiverem presentes dois requisitos: hipossuficiência e verossimilhança da alegação do consumidor.

(B) São expressões sinônimas, uma vez que ambas definem a situação de fraqueza do consumidor perante o fornecedor.

(C) São sinônimas, mas hipossuficiência é a expressão utilizada quando se trata de aplicar o direito processual civil.

(D) A vulnerabilidade deve ser declarada pelo juiz para fins de aplicação das normas mais protetivas do consumidor.

(E) A vulnerabilidade é uma condição pressuposta nas relações de consumo e a hipossuficiência deve ser constatada no caso concreto.

Comentários:

Alternativa "a" – errada.

Vimos em aula o seguinte:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

*VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a **inversão do ônus da prova, a seu favor**, no processo civil, **quando**, a critério do juiz, [1]for verossímil a alegação **ou** [2]quando for ele **hipossuficiente**, segundo as regras ordinárias de experiências;*

Vamos ver o que Flávio Tartuce[16] fala a respeito do assunto: *"Concluindo o presente ponto, pode-se dizer que a hipossuficiência do consumidor constitui um plus, um algo a mais, que traz a ele mais um benefício, qual seja a possibilidade de pleitear, no campo judicial, a **inversão do ônus de provar**, conforme estatui o art. 6º, VIII, da Lei 8.078/90. Nesse ponto, cumpre reprisar mais uma vez, diferencia-se da vulnerabilidade, conceito jurídico indeclinável que justifica toda a proteção constante do Código do Consumidor, em todos os seus aspectos e seus preceitos".*

[16] Flávio Tartuce. Daniel Amorim Assumpção Neves. Manual de Direito do Consumidor. Vol. Único, 2013. Pag. 35.

Alternativas “b” e “c” – erradas. Não são expressões sinônimas. Como vimos em aula a VULNERABILIDADE é uma CONSTRUÇÃO JURÍDICA, já a HIPOSSUFICIÊNCIA é uma CONSTRUÇÃO FÁTICA. Esta funda-se nas desigualdades apresentadas nos casos concretos – assim a noção de hipossuficiência é um conceito de direito processual, que deverá ser analisado pelo juiz caso a caso, trata-se de uma presunção RELATIVA que sempre deverá ser comprovada no caso concreto perante o juiz.

Isso quer dizer que a principal diferença entre a vulnerabilidade (qualquer das espécies) e a hipossuficiência é que aquela é um fenômeno de direito material (com presunção absoluta) e esta é um fenômeno de direito processual (com presunção relativa, ou seja, DEPENDERÁ DE CADA CASO CONCRETO), apesar de ambos os institutos estarem relacionados com a fraqueza do consumidor perante o fornecedor.

Assim, todos os consumidores são vulneráveis (em qualquer das espécies: técnica; jurídica/cientifica; fática/socioeconômica ou informacional). O enquadramento em uma destas espécies de vulnerabilidade serve mais para que se saiba com qual estamos lidando, mas o consumidor será sempre vulnerável.

Já hipossuficiente nem todos os consumidores são. Este ponto será analisado durante o processo pelo juiz, na medida em que se demonstre a fragilidade processual do consumidor no caso concreto.

Alternativa “d” – errada. Vide comentário acima.

Alternativa “e” – correta. Vide comentário acima.

Gabarito: Letra E.

---

8. (FCC/ DPE-MA – 2015)

Duas vizinhas que trabalhavam como costureiras resolveram juntar esforços e constituir uma microempresa para atuar no ramo. Finalizadas as formalidades legais e juridicamente constituída a sociedade empresária, adquiriram duas máquinas de costura de uma grande multinacional, que não funcionam adequadamente. Com base nessas circunstâncias e na atual jurisprudência do STJ, é correto afirmar:

(A) Com a vigência do Código Civil de 2002, a jurisprudência deixou de reconhecer a pessoa jurídica como consumidora, afastando a aplicação do CDC, uma vez que a atual teoria contratual adotada pela legislação civil baseia-se igualmente na boa-fé objetiva e na função social do contrato.

(B) Trata-se de relação de consumo entre a microempresa e a multinacional, já que o CDC possibilita que a pessoa jurídica seja reconhecida como consumidora e, segundo a teoria maximalista, a microempresa é a destinatária final do produto adquirido.

(C) Não se configura a relação de consumo entre a microempresa e a multinacional, já que o CDC, embora possibilite que a pessoa jurídica seja reconhecida como consumidora, segundo a teoria finalista só é consumidor o destinatário fático e econômico do produto, o que não seria o caso, pois a máquina de costura seria utilizada na atividade empresária.

(D) Aplica-se o CDC ao caso, adotando-se a teoria finalista mitigada, que, em situações excepcionais, em que a parte, pessoa física ou jurídica, embora não seja propriamente a destinatária final do produto ou do serviço, apresenta-se em situação de vulnerabilidade.

(E) O CDC não permite o reconhecimento da pessoa jurídica como consumidora, embora, no caso concreto, possa haver a desconsideração inversa da personalidade jurídica para, afastando a personalidade da microempresa, reconhecer as duas costureiras, pessoas físicas, como destinatárias finais dos produtos e, portanto, como consumidoras.

Comentários:

*AGRAVO INTERNO - AGRAVO - INDENIZAÇÃO - ATRASO NA ENTREGA DE IMÓVEL - ARTIGOS 165, 458 E 535, DO CPC - PREQUESTIONAMENTO - REEXAME DE PROVAS - APLICAÇÃO DO CÓDIGO DO CONSUMIDOR - TEORIA FINALISTA MITIGADA. 1.- Tendo o Tribunal de origem fundamentado o posicionamento adotado com elementos suficientes à resolução da lide, não há que se falar em ofensa aos artigos 165, 458 e 535, do CPC. 2.- Não examinada a matéria objeto do Recurso Especial pela instância a quo, mesmo com a oposição dos Embargos de Declaração, incide o enunciado 211 da Súmula do Superior Tribunal de Justiça. 3.- A convicção a que chegou o Acórdão decorreu da análise do conjunto fático-probatório, e o acolhimento da pretensão recursal demandaria o reexame do mencionado suporte, obstando a admissibilidade do Especial os enunciados 5 e 7 da Súmula desta Corte Superior. 4.- **A jurisprudência desta Corte tem mitigado a teoria finalista para autorizar a incidência do Código de Defesa do Consumidor nas hipóteses em que a parte (pessoa física ou jurídica), embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade.** Precedentes. 5.- Agravo Regimental improvido.*

(STJ - AgRg no AREsp: 402817 RJ 2013/0330208-2, Relator: Ministro SIDNEI BENETI, Data de Julgamento: 17/12/2013, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 04/02/2014)

Gabarito: Letra D.

---

9. (FCC/ TJ-PE – 2015)

Nos termos do Código de Defesa do Consumidor,

(A) As pessoas jurídicas de direito público não podem ser consideradas fornecedoras.

(B) Somente entes personalizados (isto é, pessoas físicas ou jurídicas) podem ser considerados fornecedores.

(C) A pessoa jurídica não pode ser considerada consumidora.

(D) É considerada consumidora a pessoa que adquire o produto como destinatária final, mas não a que meramente o utiliza nessa condição.

(E) Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Comentários:

Atente para os artigos que trazem os conceitos de consumidor e fornecedor no CDC:

Art. 2°. Consumidor é toda ***pessoa física ou jurídica*** *que adquire ou utiliza produto ou serviço* ***como destinatário final****.*

Art. 3°. ***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.*

Agora, lembre dos casos de consumidores comparados, mais especificamente o elencado no art. 29 do CDC:

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, ***equiparam-se aos consumidores*** *todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.*

Gabarito: Letra E.

---

10. (FCC/ TJ-PE – 2015)

Para os fins do Código de Defesa do Consumidor,

(A) As atividades de natureza bancária, financeira ou de crédito não são consideradas serviços.

(B) Consideram-se serviços as atividades de natureza securitária.

(C) Consideram-se produtos apenas os bens materiais

(D) Bens imóveis não são considerados produtos.

(E) Consideram-se serviços quaisquer atividades fornecidas no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Comentários:

Art. 3º. § 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.*

Gabarito: Letra B.

---

11. (FCC/ SEFAZ-PI – 2015)

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, considera-se consumidor

(A) Toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, a ele se equiparando, para fins de responsabilização civil, a vítima de dano decorrente da relação de consumo, ainda que dela não tenha participado.

(B) Toda pessoa física ou jurídica que adquire produto ou serviço para atividade-meio ou como destinatário final, a ele se equiparando, para fins de responsabilização civil, a vítima de dano decorrente da relação de consumo, desde que dela tenha participado.

(C) A pessoa física que adquire ou utiliza produto como destinatário final, a ele se equiparando, para fins de responsabilização civil, a vítima de dano decorrente da relação de consumo, desde que dela tenha participado.

(D) A pessoa física que esteja em situação de hipossuficiência em relação ao fornecedor, ainda que não se trate do destinatário final do produto ou serviço.

(E) A pessoa física ou jurídica que esteja em situação de hipossuficiência em relação ao fornecedor, ainda que não se trate do destinatário final do produto ou serviço.

Comentários:

Art. 2°. Consumidor é toda ***[1]pessoa física*** *ou* ***[2]jurídica*** *que* ***adquire 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.*

Gabarito: Letra A.

---

12. (FCC/ TJ-CE – 2014)

São relações jurídicas que se definem como de consumo, e assim se enquadram legalmente,

(A) As bancárias, securitárias, locatícias, bem como as concernentes aos serviços médicos.

(B) As condominiais, financeiras, de crédito e as concernentes aos serviços prestados por profissionais liberais.

(C) As concernentes às associações civis, bancárias, securitárias e relativas aos serviços advocatícios.

(D) As bancárias, securitárias, financeiras e as concernentes aos serviços prestados por profissionais liberais.

(E) Quaisquer relações que envolvam a entrega de produtos ou serviços, em qualquer circunstância, com habitualidade ou não.

Comentários:

Art. 3º. § 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.*

Gabarito: Letra D.

---

13. (FCC/ DPE-PB – 2014)

Quanto à legislação aplicável às relações de consumo, é correto afirmar:

(A) Pelo princípio da especialidade, a regra geral é a adoção do Código de Defesa do Consumidor - CDC, aplicando-se subsidiariamente o Código Civil ou outra legislação específica apenas quando omisso o CDC e no que com ele não conflitar.

(B) Pelo princípio da especialidade, nas ações coletivas que têm por objeto relações de consumo, aplica-se preferencialmente o Código de Defesa do Consumidor e, apenas em caso de omissão, subsidiariamente deve ser aplicado o Código de Processo Civil e a Lei de Ação Civil Pública.

(C) No âmbito penal, configurada a relação jurídica de consumo, apenas as condutas tipificadas no Código de Defesa do Consumidor são puníveis, restando a aplicação do Código Penal apenas quanto à sua parte geral.

(D) Ante o exaustivo regime contratual estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor, entende-se que não se aplicam às relações de consumo os defeitos do negócio jurídico previstos no Código Civil.

(E) Pela teoria do diálogo das fontes, deve-se buscar a aplicação, tanto quanto possível, de todas as normas que tratam do tema, gerais ou especiais, de modo a garantir a tutela mais efetiva ao grupo vulnerável protegido pela lei, o que pode levar, por exemplo, à aplicação do Código Civil em detrimento do Código de Defesa do Consumidor quando o primeiro for mais favorável.

Comentários:

Esta questão serve mais para estudo do que para treino. Quando a legislação aplicável às relações de consumo temos a seguinte jurisprudência:

CONSUMIDOR E CIVIL. ART. 7º DO CDC. APLICAÇÃO DA LEI MAIS FAVORÁVEL. DIÁLOGO DE FONTES. RELATIVIZAÇÃO DO PRINCÍPIO DA ESPECIALIDADE. RESPONSABILIDADE CIVIL. TABAGISMO. RELAÇÃO DE CONSUMO. AÇÃO INDENIZATÓRIA. PRESCRIÇÃO. PRAZO. - O mandamento constitucional de proteção do consumidor deve ser cumprido por todo o sistema jurídico, em diálogo de fontes, e não somente por intermédio do CDC. - Assim, e nos termos do art. 7º do CDC, sempre que uma lei garantir algum direito para o consumidor, ela poderá se somar ao microssistema do CDC, incorporando-se na tutela especial e tendo a mesma preferência no trato da relação de consumo. - Diante disso, conclui-se pela inaplicabilidade do prazo prescricional do art. 27 do CDC à hipótese dos autos, devendo incidir a prescrição vintenária do art. 177 do CC/16, por ser mais favorável ao consumidor. - Recente decisão da 2ª Seção, porém, pacificou o entendimento quanto à incidência na espécie do prazo prescricional de 05 anos previsto no art. 27 do CDC, que deve prevalecer, com a ressalva do entendimento pessoal da Relatora. Recursos especiais providos.

(STJ, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 13/04/2010, T3 - TERCEIRA TURMA)

Gabarito: Letra E.

14. (VUNESP/ PREFEITURA DE BAURU – SP – 2018)

Incluem-se entre os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor:

(A) o respeito à dignidade, saúde e segurança do consumidor e a melhoria de sua qualidade de vida.

(B) o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo e a proteção de seus interesses econômicos.

(C) o atendimento das necessidades dos consumidores e a compatibilização da proteção do consumidor com as demandas de desenvolvimento econômico e tecnológico.

(D) a transparência das relações de consumo e a criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços.

(E) a harmonia das relações de consumo e a racionalização e melhoria dos serviços públicos.

Comentários:

Alternativa "a" – correta.

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

Alternativa "b" – errada.

Art. 4º. I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

Alternativa "c" – errada.

Art. 4º. III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

Alternativa "d" – errada.

Art. 4º. V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

Alternativa "e" – errada.

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

Gabarito Letra: A.

---

15. (VUNESP/ PREFEITURA DE MARÍLIA – SP – 2017)

A respeito das relações jurídicas previstas e reguladas pelo Código de Defesa do Consumidor, é correto afirmar que

(A) se equipara a consumidor a coletividade de pessoas, desde que determináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

(B) fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, excepcionando-se os entes despersonalizados.

(C) produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

(D) serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, exceto as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária.

(E) se o serviço público for cedido para uma empresa permissionária, esta não é mais obrigada a fornecer os serviços essenciais de forma contínua.

Comentários:

Alternativa "a" – errada.

Art. 2º. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Alternativa "b" – errada.

Art. 3° 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.

Alternativa "c" – correta.

Art. 3º. § 1°. Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

Alternativa "d" – errada.

Art. 3º. § 2°. 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.

Alternativa "e" – errada.

Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Gabarito: Letra C.

---

16. (VUNESP/ DPE-RO – 2017)

Assinale a alternativa que contempla um dos direitos básicos do consumidor, nos exatos termos do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor.

(A) Manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente.

(B) A informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

(C) Incentivo à criação, pelos fornecedores, de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo.

(D) Concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

(E) Estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Comentários:

Alternativa “a” – errada.

Esta alternativa está relacionada a Política Nacional de Relações de Consumo, e não aos princípios básicos.

Art. 5°. Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

Alternativa “b” – correta.

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Alternativa “c” – errada.

Esta alternativa está relacionada a Política Nacional de Relações de Consumo, e não aos princípios básicos.

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

Alternativa “d” – errada.

Esta alternativa está relacionada a Política Nacional de Relações de Consumo, e não aos princípios básicos.

Art. 5°. Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

Alternativa "e" – errada.

Esta alternativa está relacionada a Política Nacional de Relações de Consumo, e não aos princípios básicos.

Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Gabarito: Letra B.

---

17. (VUNESP/ PREFEITURA DE PORTO FERREIRA-SP – 2017)

Todo consumidor, assim reconhecido, é vulnerável, mas nem todo consumidor é hipossuficiente. Diante dessa afirmação, é correto afirmar que

(A) tal assertiva demonstra que a vulnerabilidade é pressuposto da condição de ser consumidor, sendo que a hipossuficiência é característica que deve ser analisada casuisticamente.

(B) as expressões vulnerabilidade e hipossuficiência são sinônimas, sendo que caracterizada a relação consumerista, o consumidor será obrigatoriamente vulnerável e hipossuficiente.

(C) a hipossuficiência é característica de todo consumidor assim reconhecido, sendo que a vulnerabilidade deve ser provada.

(D) se o consumidor referido for pessoa jurídica, é hipossuficiente, mas nunca será vulnerável.

(E) a vulnerabilidade trazida pelo legislador é exclusivamente técnica, não havendo outras modalidades.

Comentários:

Como vimos em aula a VULNERABILIDADE é uma **CONSTRUÇÃO JURÍDICA**, já a **HIPOSSUFICIÊNCIA** é uma **CONSTRUÇÃO FÁTICA**. Esta funda-se nas desigualdades apresentadas nos casos concretos – assim a noção de hipossuficiência é um **conceito de direito processual**, que deverá ser analisado pelo juiz caso a caso, trata-se de uma **presunção RELATIVA** que sempre deverá ser comprovada no caso concreto perante o juiz.

Isso quer dizer que a principal diferença entre a vulnerabilidade (qualquer das espécies) e a hipossuficiência é que aquela é um fenômeno de direito material (com presunção absoluta) e esta é um fenômeno de direito processual (com presunção relativa, ou seja, DEPENDERÁ DE CADA CASO CONCRETO), apesar de ambos os institutos estarem relacionados com a fraqueza do consumidor perante o fornecedor.

Assim, todos os consumidores são vulneráveis (em qualquer das espécies: técnica; jurídica/cientifica; fática/socioeconômica ou informacional). O enquadramento em uma destas espécies de vulnerabilidade serve mais para que se saiba com qual estamos lidando, mas o consumidor será sempre vulnerável.

Já hipossuficiente nem todos os consumidores são. Este ponto será analisado durante o processo pelo juiz, na medida em que se demonstre a fragilidade processual do consumidor no caso concreto.

Assim, de acordo com Antonio Hermam V. Benjamim: *"A vulnerabilidade do consumidor justifica a existência do Código. A hipossuficiência, por seu turno, legitima alguns tratamentos diferenciados no interior do próprio Código, como, por exemplo, a previsão de inversão do ônus da prova (art. 6º, VIII)".*

Assim, a vulnerabilidade e a hipossuficiência são conceitos distintos.

Gabarito: Letra A.

---

18. (VUNESP/ PREFEITURA DE PORTO FERREIRA – SP – 2017)

O direito básico que garante ao consumidor ter acesso à possibilidade da inversão do ônus da prova em ações judiciais de demandas consumeristas é conhecido como

(A) acesso à Justiça.

(B) igualdade das contratações.

(C) informação e educação.

(D) efetiva reparação de danos.

(E) facilitação da defesa do consumidor em juízo.

Comentários:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

*VIII - a **facilitação da defesa de seus direitos**, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;*

Gabarito: Letra E.

---

19. (VUNESP/ CRBIO - 1º REGIÃO – 2017)

Josefino estava parado no posto de gasolina da rede Predileto, abastecendo seu carro, quando, de repente, um helicóptero da empresa Duro na queda cai sobre tal estabelecimento, morrendo na explosão todos que estavam no helicóptero e no posto. Nesse caso, com relação à liame que agora une essas partes, é correto afirmar que Josefino

(A) é considerado consumidor em relação ao posto de gasolina, mas não em relação à empresa dona do helicóptero.

(B) é consumidor por equiparação com as duas empresas.

(C) é consumidor por equiparação em relação à empresa do helicóptero, mas com relação ao posto de gasolina, mantém uma relação civil, tutelada pelo Código Civil.

(D) mantinha relação civil e não de consumo com ambas as empresas.

(E) é consumidor tanto do posto quanto da empresa Duro na queda, sendo que da última é assim considerado por equiparação.

Comentários:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

Gabarito: Letra E.

---

20. (VUNESP/ PREFEITURA DE SERTÃOZINHO – SP – 2016)

São direitos básicos do consumidor:

(A) a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a distinção nas contratações.

(B) facilitação da defesa dos direitos dos consumidores, inclusive com a inversão do ônus da prova a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação e for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências.

(C) informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

(D) a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos presentes ou pretéritos que as tornem excessivamente onerosas.

(E) a proteção do consumidor contra métodos comerciais coercitivos ou desleais, contrapropaganda, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

Comentários:

Alternativa “a” – errada.

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

Alternativa "b" – errada.

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

Alternativa "c" – correta.

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

Alternativa "d" – errada.

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

Alternativa "e" – errada.

Não existe, no texto legal, a previsão de contrapropaganda.

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

Gabarito: Letra C.

---

21. (VUNESP/ PREFEITURA DE REGISTRO-SP – 2016)

É considerado direito básico do consumidor a facilitação de sua defesa em juízo, por meio da possibilidade da inversão do ônus da prova. Dentro do que dispõe o Código de Defesa do Consumidor acerca dessa disciplina, é correto afirmar que

(A) a inversão do ônus da prova é automática, sendo que em todas as ações relativas aos direitos do consumidor o juiz tem a obrigação de concedê-la.

(B) para que haja a inversão do ônus da prova, o juiz deve se basear nos termos da lei, sem levar em consideração as suas máximas de experiência.

(C) só haverá a inversão do ônus da prova se cumulativamente as alegações do consumidor forem verossímeis e ele for considerado hipossuficiente.

(D) a inversão do ônus da prova poderá favorecer o fornecedor, dado o princípio da isonomia aplicado às relações de consumo que forem abordadas em juízo.

(E) ficará a critério do juiz deferir a inversão do ônus da prova exclusivamente ao consumidor, sempre que o direito debatido for verossímil ou o consumidor hipossuficiente, levando-se em consideração as suas máximas de experiência.

Comentários:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, ***for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;***

Gabarito: Letra E.

---

22. (VUNESP/ PREFEITURA DE REGISTRO-SP – 2016)

Sobre a extensão da legislação que pode ser aplicada às relações jurídicas de consumo, nos termos do Código de Defesa do Consumidor, é correto afirmar que

(A) apenas a lei especial brasileira poderá ser aplicada a essas relações.

(B) além da lei especial brasileira, é possível que direitos previstos em convenções internacionais sejam utilizadas, mesmo que o Brasil não seja signatário.

(C) na aplicação das normas consumeristas, é possível que sejam aplicadas normas que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

(D) não se admite no direito brasileiro, mesmo em se tratando de questões consumeristas, que se apliquem a equidade na solução de conflitos.

(E) os direitos previstos no Código de Defesa do Consumidor excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário.

Comentários:

Art. 7° Os direitos previstos neste código ***não excluem outros*** *decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.*

Gabarito: Letra C.

---

23. (VUNESP/ PREFEITURA DE ROSANA -SP – 2016)

Antônio possui um caminhão ano 1950 e, precisando capitalizar-se, coloca a venda o bem. José, interessado na compra, leva um mecânico para avaliar o veículo e, depois de um parecer favorável do técnico, a venda é realizada. Após 60 dias de uso, o caminhão tem um problema no eixo dianteiro e precisa ficar parado por 30 dias, causando um enorme prejuízo para José, que já possuía fretes

contratados. Diante dessa situação hipotética, é correto afirmar que, a esse caso, se aplicam as regras do direito

(A) do consumidor, sendo certo que, por se tratar de bem durável e diante do claro vício oculto, José terá 90 dias para reclamar a partir do conhecimento do vício.

(B) civil, por não se tratar de relação jurídica de consumo, tendo José 90 dias para exigir a reparação de seus prejuízos.

(C) do consumidor, sendo certo que, por se tratar de bem durável e diante do claro vício oculto, José terá 30 dias para reclamar a partir do conhecimento do vício.

(D) do consumidor, sendo certo que, por se tratar de bem durável e diante do claro vício oculto, José terá 05 anos para reclamar a partir do conhecimento do vício.

(E) civil, pois a relação jurídica travada entre as partes não contempla as figuras do consumidor e do fornecedor.

Comentários:

Como vimos em aula, esta relação não é de consumo, e, sendo assim, será aplicado o Código Civil.

Art. 3°. 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.

Gabarito: Letra E.

---

24. (VUNESP/ PREFEITURA DE SUZANO -SP – 2015)

A respeito do conceito de fornecedor, é correto afirmar que

(A) a pessoa física pode ser considerada fornecedora de serviços, mas não de produtos.

(B) a pessoa jurídica de direito público não pode ser considerada prestadora de serviços de fornecimento de água, por tratar-se de serviço público essencial.

(C) produto é qualquer bem material, mas não imaterial.

(D) os entes despersonalizados serão considerados fornecedores, apenas se desenvolverem atividade de comercialização de produtos.

(E) 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.

Comentários:

Observe os seguintes artigos:

Art. 2°. Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire 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.

Art. 3°. 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.

§ 1°. Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2°. 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.

Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista neste código.

Gabarito: Letra E.

---

25. (VUNESP/ HCFMUSP – 2015)

Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, devem ser informados os competentes órgãos

(A) dos Estados.

(B) da União e do Distrito Federal.

(C) dos Estados e dos Municípios.

(D) da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

(E) somente da União e dos Estados.

Comentários:

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

*§ 3°. Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, **a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios** deverão informá-los a respeito.*

Gabarito: Letra D.

---

26. (VUNESP/ MPE-SP – 2015)

Acerca dos direitos básicos do consumidor, afirma-se que

(A) há possibilidade de modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos surgidos antes da formação do contrato e que as tornem iníquas.

(B) a educação e a divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços configuram um desses direitos, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.

(C) eles não excluem outros que derivem de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, dispensando-se aqueles resultantes dos costumes e equidade.

(D) a informação adequada sobre os diferentes produtos deve ser clara quanto à especificação das características e qualidade, sem a menção a tributos incidentes e preço.

(E) tendo mais de um autor a ofensa, responderá pela reparação do dano aquele que a ele deu causa, culposamente.

Comentários:

Alternativa "a" – errada.

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

Alternativa "b" – correta.

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

Alternativa "c" – errada.

Art. 7°. Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Alternativa "d" – errada.

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Alternativa "e" – errada.

Art. 7º. Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

Gabarito: Letra B.

---

27. (CESPE / DPE-PE – 2018)

Conforme o entendimento do STJ, o CDC aplica-se a

(A) relação contratual entre cliente e advogado.

(B) contrato de plano de saúde administrado por entidade de autogestão.

(C) contratos de previdência complementar celebrados com entidades abertas.

(D) litígio entre condômino e condomínio edilício referente à cobrança de taxa de condomínio.

(E) contrato de aquisição de equipamento médico por entidade privada proprietária de rede de hospitais.

Comentários:

Como vimos em aula o CDC **é aplicado** as relações jurídicas que envolvam as entidades abertas de previdência (Entidades Abertas de Previdência Privada – EAPP), e, **não é aplicado** nas relações jurídicas existentes entre entidades fechadas de previdência privada e seus participantes (Entidades Fechadas de Previdência Complementar – EFPC).

Gabarito: Letra C.

---

28. (CESPE / TRF - 1ª REGIÃO – 2017)

O contrato de compra e venda de um imóvel não residencial em construção, continha cláusula que determinava a perda total das parcelas pagas caso a compradora, que utilizaria o imóvel como sede empresarial, desistisse do negócio. O contrato foi firmado após a edição do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Com relação a essa situação hipotética, julgue certo ou errado o item a seguir.

A obtenção de informações claras sobre o produto antes de firmar o contrato é um direito disponível.

Comentários:

*Art. 6º **São direitos básicos do consumidor**:*

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Gabarito: Errado.

---

29. (CESPE / TRF - 1ª REGIÃO – 2017)

O contrato de compra e venda de um imóvel não residencial em construção, continha cláusula que determinava a perda total das parcelas pagas caso a compradora, que utilizaria o imóvel como sede empresarial, desistisse do negócio. O contrato foi firmado após a edição do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Com relação a essa situação hipotética, julgue certo ou errado o item a seguir.

O CDC vigente não se aplica ao caso: a compradora é uma pessoa jurídica e o objeto do contrato é um imóvel comercial.

Comentários:

Trata-se da aplicação da Teoria Finalista Mitigada, onde em determinados casos, a pessoa jurídica também poderá ser considerada consumidora.

Gabarito: Errado.

---

30. (CESPE / DPE- AL – 2017)

A necessidade de proteção dos destinatários finais dos produtos e serviços ofertados no mercado de consumo abarca as pessoas humana e jurídica, com o objetivo de tutelar a vulnerabilidade e a hipossuficiência dos consumidores. A partir dessa informação, assinale a opção correta, a respeito dos integrantes e do objeto da relação de consumo.

(A) Aplica-se o CDC para a relação entre condômino e condomínio no que diz respeito à cobrança de taxas, em decorrência da vulnerabilidade do condômino em relação ao condomínio.

(B) Em circunstâncias específicas, pessoas que não firmaram qualquer contrato de consumo podem ser equiparadas a consumidores, para fins de proteção.

(C) O conceito de fornecedor não abarca as pessoas jurídicas que atuam sem fins lucrativos, com caráter beneficente ou filantrópico, ainda que elas desenvolvam, mediante remuneração, atividades no mercado de consumo.

(D) Com base na teoria finalista, a condição de destinatário final do produto não é requisito essencial para a classificação da pessoa física ou jurídica como consumidora.

(E) A teoria maximalista amplia sobremaneira o alcance da relação de consumo, mas não abarca as pessoas jurídicas, devido ao fato de considerar que estas jamais se encontrarão em situação de vulnerabilidade frente ao fornecedor.

Comentários:

Alternativa “a” – errada.

Não se aplica o CDC para a relação entre condômino e condomínio no que diz respeito à cobrança de taxas.

Alternativa “b” – correta.

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

Alternativa "c" – errada.

Processual civil. Recurso especial. Sociedade civil sem fins lucrativos de caráter beneficente e filantrópico. Prestação de serviços médicos, hospitalares, odontológicos e jurídicos a seus associados. Relação de consumo caracterizada. Possibilidade de aplicação do código de defesa do consumidor. - Para o fim de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, o reconhecimento de uma pessoa física ou jurídica ou de um ente despersonalizado como fornecedor de serviços atende aos critérios puramente objetivos, sendo irrelevantes a sua natureza jurídica, a espécie dos serviços que prestam e até mesmo o fato de se tratar de uma sociedade civil, sem fins lucrativos, de caráter beneficente e filantrópico, bastando que desempenhem determinada atividade no mercado de consumo mediante remuneração. Recurso especial conhecido e provido. (REsp 519.310/SP, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 20/04/2004, DJ 24/05/2004, p. 262)

Alternativa "d" – errada.

A condição de destinatário final do produto é sim, requisito essencial para a classificação da pessoa física ou jurídica como consumidora. O que acontece é que na Teoria Finalista Mitigada a vulnerabilidade também é requisito.

Alternativa "e" – errada.

A Teoria Maximalista entende o CDC como um novo regramento para o mercado de consumo brasileiro. Aqui, não se tem uma visão fechada de quem seriam os consumidores e de quem seriam os fornecedores. Neste ponto, todos poderiam trocar os papéis, sendo ora consumidores, ora fornecedores. Para esta corrente **o art. 2º deve ser interpretado da maneira mais ampla possível**, e o destinatário final seria o destinatário fático do produto – aquele que o retira do mercado e o utiliza.

Gabarito: Letra B.

---

31. (CESPE / TRF - 5ª REGIÃO – 2017)

Conforme a jurisprudência do STJ, configura relação jurídica de consumo a relação

(A) jurídica entre entidade aberta de previdência complementar e seus participantes.

(B) jurídica entre locador e locatário, nos contratos regidos pela lei que dispõe sobre locações de imóveis urbanos.

(C) jurídica estabelecida entre condomínio edilício e condôminos.

(D) jurídica no caso de planos de saúde administrados por contrato de autogestão.

(E) contratual entre advogado e cliente.

Comentários:

Súmula 563/STJ: *"O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às entidades abertas de previdência complementar, não incidindo nos contratos previdenciários celebrados com entidades fechadas".*

Não se aplica o CDC: às relações locatícias regidas pela Lei 8.245/91; às relações jurídicas estabelecidas entre condomínio e condôminos; ao contrato de plano de saúde administrado por entidade de autogestão, ante a inexistência de relação de consumo, e ao contrato firmado entre advogado e cliente não é regido pelas regras consumeristas.

Gabarito: Letra A.

---

32. (CESPE / DPU – 2017)

Com referência à proteção contratual e ao contrato de adesão, julgue certo ou errado o item a seguir.

Aplicam-se as disposições do CDC às relações de consumo estabelecidas pela compra de produtos de camelôs, haja vista o vendedor ser considerado fornecedor.

Comentários:

O camelô é considerado um ente despersonalizado, e, de acordo com o art. 3º do CDC, será considerado fornecedor.

Gabarito: Correto.

---

33. (CESPE / TCE-PA – 2016)

Segundo o CDC, o conceito de fornecedor abrange não apenas pessoas físicas e jurídicas, mas até mesmo entes despersonalizados.

Comentários:

*Art. 3° **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.*

Gabarito: Correto.

---

34. (CESPE / TCE-PA – 2016)

Uma sociedade empresária que compra peças de outra sociedade empresária e as utiliza na montagem do produto que revende poderá invocar, em seu favor, normas do CDC no caso de ajuizamento de ação contra a pessoa jurídica que lhe vende as peças.

Comentários:

Lembre-se que estudamos em aula que uma das coisas mais importantes para esta nossa matéria é identificar quando estamos diante de uma relação de consumo, que é tutelada pelo CDC, e, no caso da questão, não estamos diante de uma relação de consumo. Trata-se de duas sociedades empresárias.

Gabarito: Errado.

---

35. (CESPE / TJ-DFT – 2016)

Fortunato, empresário, proprietário de uma rede de supermercados nesta Capital, enquanto auxiliava seus funcionários na reposição de algumas garrafas de cerveja, colocando-as na prateleira de um de seus estabelecimentos comerciais, foi surpreendido pela explosão de um dos vasilhames, vindo a ser atingido pelos estilhaços da garrafa, que provocam graves e irreversíveis lesões em um de seus olhos. Inconformado, propôs ação de reparação de danos, em face do fabricante do produto.

Fortunato, no evento em exame, deve ser legalmente equiparado a consumidor, razão pela qual a responsabilidade do fabricante, pelos danos causados ao empresário, será objetiva e apurada segundo os ditames do CDC.

Comentário:

Vimos em aula:

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

O art. 17 pertence a seção que trata da **Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço**, e dele podemos concluir que basta ser vítima de um produto ou serviço para contar com a tutela do CDC. Este artigo é muito importante porque concede ao consumidor equiparado o mesmo status do consumidor *estricto sensu*. Isto será de muita valia na hora de pedir a reparação integral.

Neste caso Fortunato será equiparado a consumidor. Atente para a seguinte jurisprudência:

RECURSO ESPECIAL. CIVIL E PROCESSO CIVIL. RESPONSABILIDADE CIVIL. ACIDENTE DE CONSUMO. EXPLOSÃO DE GARRAFA PERFURANDO O OLHO ESQUERDO DO CONSUMIDOR. NEXO CAUSAL. DEFEITO DO PRODUTO. ÔNUS DA PROVA. PROCEDÊNCIA DO PEDIDO. RESTABELECIMENTO DA SENTENÇA. RECURSO ESPECIAL PROVIDO. 1 - Comerciante atingido em seu olho esquerdo pelos estilhaços de uma garrafa de cerveja, que estourou em suas mãos quando a colocava em um freezer, causando graves lesões. 2 - Enquadramento do comerciante, que é vítima de um acidente de consumo, no conceito ampliado de consumidor estabelecido pela regra do art. 17 do CDC ("bystander"). 3 - Reconhecimento do nexo causal entre as lesões sofridas pelo consumidor e o estouro da garrafa de cerveja. 4 - Ônus da prova da inexistência de defeito do produto atribuído pelo legislador ao fabricante. 5 - Caracterização da violação à regra do inciso II do § 3º do art. 12 do CDC. 6 - Recurso especial provido, julgando-se procedente a demanda nos termos da sentença de primeiro grau. EMBARGOS DE DIVERGÊNCIA EM RESP Nº 1.288.008 - MG

Gabarito: Correto.

7.2 – LISTA DE QUESTÕES

1. (FCC/ DPE-AP – 2018)

O princípio da intervenção estatal ou da obrigação governamental, previsto no Código de Defesa do Consumidor:

(A) pode afastar o direito positivo, se ficar evidenciado que sua aplicação alcançará o respeito à equidade na relação de consumo.

(B) assegura a atuação direta e indireta do Estado, excetuando-se o uso do poder de polícia.

(C) determina que o Estado deve garantir uma relação harmônica e justa, que estabeleça o equilíbrio econômico-financeiro e das obrigações jurídicas pactuadas.

(D) está previsto na Constituição Federal e evidencia a obrigação do Estado de proteger a parte mais fraca da relação, por meios legislativos e administrativos.

(E) garante a transparência dos comportamentos daqueles que integram uma relação de consumo.

2. (FCC/ DPE-AP – 2018)

A respeito de produtos ou serviços que apresentem alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança do consumidor,

(A) não há previsão expressa no Código de Defesa do Consumidor a respeito do tema, mas sim em normas administrativas editadas pelo Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

(B) a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, tomando conhecimento da periculosidade ou insegurança de produtos ou serviços deverão alertar os consumidores diretamente.

(C) é obrigação do fornecedor, tendo colocado o produto ou serviço no mercado, avisar imediatamente as autoridades competentes para que estas deem publicidade ao acontecimento, evitando-se impactos econômicos.

(D) se a periculosidade ou risco à segurança era conhecido pelo consumidor, haja vista que publicizada na fase précontratual, não há medida exigida pelo Código de Defesa do Consumidor em relação ao fornecedor.

(E) os anúncios que deverão ser veiculados na imprensa e outras fontes de comunicação serão gratuitos ao fornecedor, com o fim de atingir o maior número de consumidores e dar celeridade à notícia.

3. (FCC/ PGE-TO – 2018)

Determinados contratos de prestação de serviços que trazem subjacente uma relação de consumo protegida pelo Código de Defesa do Consumidor são apontados pela doutrina como de natureza relacional, na medida em que traduzem um vínculo continuado, que se protrai no tempo, com potenciais mudanças do cenário econômico e mercadológico original. Uma importante inovação

trazida pelo Código de Defesa do Consumidor, especialmente vocacionada para aplicação em contratos dessa natureza, consiste na

(A) modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais, sendo assim presumidas aquelas que estabelecem reajustes automáticos por índices inflacionários.

(B) obrigatoriedade de apropriação, de forma automática no preço contratado, de ganhos de produtividade e de inovação tecnológica.

(C) previsão de manutenção do equilíbrio econômico-financeiro do contrato, assim caracterizado pela taxa de retorno incialmente avençada.

(D) aplicação automática da redução constante de preços em função da presunção de economias de escala.

(E) revisão de cláusulas contratuais em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.

4. (FCC/ TJ-SC – 2017)

Quanto aos direitos do consumidor, bem como suas disposições gerais, é correto:

(A) Direitos básicos do consumidor possuem rol elucidativo e não taxativo; se a ofensa for praticada por mais de um autor, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.
(B) Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, desde que determinadas ou determináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.
(C) Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, desde que personalizada, que desenvolve atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.
(D) As normas consumeristas têm natureza protetiva e de defesa dos consumidores, de ordem dispositiva e de interesse social, implicando tratamento diferenciado a estes por sua hipossuficiência e vulnerabilidade.
(E) Produto é qualquer bem, exclusivamente material, de natureza móvel ou imóvel, indistintamente.

5. (FCC/ DPE-BA – 2016)

Sebastião juntou dinheiro que arrecadou ao longo de 20 anos trabalhando como caminhoneiro para adquirir um caminhão, zero quilômetros, que passou a utilizar em seu trabalho, realizando fretes no interior do Estado da Bahia. Ainda no prazo de garantia, o veículo apresentou problemas e ficou imobilizado. Sua esposa, Raimunda, microempresária do ramo da costura, adquiriu uma máquina bordadeira de valor elevado de uma grande produtora mundial, que depois de poucas semanas de funcionamento, também apresentou parou de funcionar. Diante desses fatos, é correto afirmar que

(A) Ambos podem ser considerados consumidores, desde que se configurem como usuários finais dos produtos adquiridos e comprovem hipossuficiência econômica em relação ao fornecedor, uma

vez que, embora o Código de Defesa do Consumidor adote a teoria finalista como regra geral, a lei reconhece expressamente a hipótese de consumo intermediário mediante prova da hipossuficiência econômica e do desequilíbrio na relação.

(B) Ambos podem ser considerados consumidores, ainda que não se configurem como usuários finais dos produtos adquiridos, uma vez que, embora o Código de Defesa do Consumidor adote a teoria finalista, em casos semelhantes, o Superior Tribunal de Justiça já admitiu a mitigação desta teoria diante da prova da hipossuficiência e do desequilíbrio na relação, caracterizando hipótese de consumo intermediário.

(C) Nenhum dos dois pode se enquadrar no conceito de consumidor previsto no Código de Defesa do Consumidor, pois não são destinatários finais dos produtos; a lei adotou a teoria finalista, e a jurisprudência pacífica do Superior Tribunal de Justiça não admite a hipótese de consumo intermediário, afastando as disposições consumeristas para os produtos adquiridos para a utilização em cadeia de produção.

(D) Ambos podem ser considerados consumidores, ainda que não se configurem como usuários finais dos produtos adquiridos, uma vez que a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça entende que o Código de Defesa do Consumidor não adotou a teoria finalista, bastando a prova da hipossuficiência e do desequilíbrio na relação e, portanto, se apresentando como irrelevante que o consumo tenha ocorrido na cadeia de produção.

(E) Sebastião pode ser considerado consumidor mesmo que não seja usuário final do produto adquirido, uma vez que, embora o Código de Defesa do Consumidor adote a teoria finalista, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça admite a mitigação desta teoria diante da prova da hipossuficiência e do desequilíbrio na relação, caracterizando hipótese de consumo intermediário, mas Raimunda não poderá ser considerada consumidora, por se tratar de pessoa jurídica.

6. (FCC/ DPE-BA – 2016)

De acordo com as disposições legais e jurisprudência dos Tribunais Superiores, o Código de Defesa do Consumidor se aplica

(A) Às entidades abertas de previdência complementar e aos serviços públicos *uti universi et singuli;* mas não se aplica às entidades fechadas de previdência complementar.

(B) Às entidades abertas de previdência complementar e aos serviços públicos remunerados prestados *uti universi*, mas não se aplica às entidades fechadas de previdência complementar e nem aos serviços públicos *uti singuli*.

(C) Às entidades abertas ou fechadas de previdência complementar e aos serviços *públicos uti universi et singuli.*

(D) Às entidades abertas ou fechadas de previdência complementar e aos serviços públicos remunerados prestados *uti singuli*, mas não aos contratos de administração imobiliária firmados entre locador (proprietário do imóvel) e a imobiliária e aos serviços públicos *uti universi.*

(E) Às entidades abertas de previdência complementar e aos serviços remunerados prestados *uti singuli,* mas não se aplica às entidades fechadas de previdência complementar e nem aos serviços públicos *uti universi.*

7. (FCC/ TJ-SE – 2015)

O Código de Defesa do Consumidor se utiliza das expressões “vulnerabilidade e “hipossuficiência" nos seus artigos. A respeito deste tema, é correto afirmar:

(A) O juiz somente pode inverter o ônus da prova no processo civil quando estiverem presentes dois requisitos: hipossuficiência e verossimilhança da alegação do consumidor.

(B) São expressões sinônimas, uma vez que ambas definem a situação de fraqueza do consumidor perante o fornecedor.

(C) São sinônimas, mas hipossuficiência é a expressão utilizada quando se trata de aplicar o direito processual civil.

(D) A vulnerabilidade deve ser declarada pelo juiz para fins de aplicação das normas mais protetivas do consumidor.

(E) A vulnerabilidade é uma condição pressuposta nas relações de consumo e a hipossuficiência deve ser constatada no caso concreto.

8. (FCC/ DPE-MA – 2015)

Duas vizinhas que trabalhavam como costureiras resolveram juntar esforços e constituir uma microempresa para atuar no ramo. Finalizadas as formalidades legais e juridicamente constituída a sociedade empresária, adquiriram duas máquinas de costura de uma grande multinacional, que não funcionam adequadamente. Com base nessas circunstâncias e na atual jurisprudência do STJ, é correto afirmar:

(A) Com a vigência do Código Civil de 2002, a jurisprudência deixou de reconhecer a pessoa jurídica como consumidora, afastando a aplicação do CDC, uma vez que a atual teoria contratual adotada pela legislação civil baseia-se igualmente na boa-fé objetiva e na função social do contrato.

(B) Trata-se de relação de consumo entre a microempresa e a multinacional, já que o CDC possibilita que a pessoa jurídica seja reconhecida como consumidora e, segundo a teoria maximalista, a microempresa é a destinatária final do produto adquirido.

(C) Não se configura a relação de consumo entre a microempresa e a multinacional, já que o CDC, embora possibilite que a pessoa jurídica seja reconhecida como consumidora, segundo a teoria finalista só é consumidor o destinatário fático e econômico do produto, o que não seria o caso, pois a máquina de costura seria utilizada na atividade empresária.

(D) Aplica-se o CDC ao caso, adotando-se a teoria finalista mitigada, que, em situações excepcionais, em que a parte, pessoa física ou jurídica, embora não seja propriamente a destinatária final do produto ou do serviço, apresenta-se em situação de vulnerabilidade.

(E) O CDC não permite o reconhecimento da pessoa jurídica como consumidora, embora, no caso concreto, possa haver a desconsideração inversa da personalidade jurídica para, afastando a personalidade da microempresa, reconhecer as duas costureiras, pessoas físicas, como destinatárias finais dos produtos e, portanto, como consumidoras.

9. (FCC/ TJ-PE – 2015)

Nos termos do Código de Defesa do Consumidor,

(A) As pessoas jurídicas de direito público não podem ser consideradas fornecedoras.

(B) Somente entes personalizados (isto é, pessoas físicas ou jurídicas) podem ser considerados fornecedores.

(C) A pessoa jurídica não pode ser considerada consumidora.

(D) É considerada consumidora a pessoa que adquire o produto como destinatária final, mas não a que meramente o utiliza nessa condição.

(E) Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

10. (FCC/ TJ-PE – 2015)

Para os fins do Código de Defesa do Consumidor,

(A) As atividades de natureza bancária, financeira ou de crédito não são consideradas serviços.

(B) Consideram-se serviços as atividades de natureza securitária.

(C) Consideram-se produtos apenas os bens materiais

(D) Bens imóveis não são considerados produtos.

(E) Consideram-se serviços quaisquer atividades fornecidas no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

11. (FCC/ SEFAZ-PI – 2015)

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, considera-se consumidor

(A) Toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, a ele se equiparando, para fins de responsabilização civil, a vítima de dano decorrente da relação de consumo, ainda que dela não tenha participado.

(B) Toda pessoa física ou jurídica que adquire produto ou serviço para atividade-meio ou como destinatário final, a ele se equiparando, para fins de responsabilização civil, a vítima de dano decorrente da relação de consumo, desde que dela tenha participado.

(C) A pessoa física que adquire ou utiliza produto como destinatário final, a ele se equiparando, para fins de responsabilização civil, a vítima de dano decorrente da relação de consumo, desde que dela tenha participado.

(D) A pessoa física que esteja em situação de hipossuficiência em relação ao fornecedor, ainda que não se trate do destinatário final do produto ou serviço.

(E) A pessoa física ou jurídica que esteja em situação de hipossuficiência em relação ao fornecedor, ainda que não se trate do destinatário final do produto ou serviço.

12. (FCC/ TJ-CE – 2014)

São relações jurídicas que se definem como de consumo, e assim se enquadram legalmente,

(A) As bancárias, securitárias, locatícias, bem como as concernentes aos serviços médicos.

(B) As condominiais, financeiras, de crédito e as concernentes aos serviços prestados por profissionais liberais.

(C) As concernentes às associações civis, bancárias, securitárias e relativas aos serviços advocatícios.

(D) As bancárias, securitárias, financeiras e as concernentes aos serviços prestados por profissionais liberais.

(E) Quaisquer relações que envolvam a entrega de produtos ou serviços, em qualquer circunstância, com habitualidade ou não.

13. (FCC/ DPE-PB – 2014)

Quanto à legislação aplicável às relações de consumo, é correto afirmar:

(A) Pelo princípio da especialidade, a regra geral é a adoção do Código de Defesa do Consumidor - CDC, aplicando-se subsidiariamente o Código Civil ou outra legislação específica apenas quando omisso o CDC e no que com ele não conflitar.

(B) Pelo princípio da especialidade, nas ações coletivas que têm por objeto relações de consumo, aplica-se preferencialmente o Código de Defesa do Consumidor e, apenas em caso de omissão, subsidiariamente deve ser aplicado o Código de Processo Civil e a Lei de Ação Civil Pública.

(C) No âmbito penal, configurada a relação jurídica de consumo, apenas as condutas tipificadas no Código de Defesa do Consumidor são puníveis, restando a aplicação do Código Penal apenas quanto à sua parte geral.

(D) Ante o exaustivo regime contratual estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor, entende-se que não se aplicam às relações de consumo os defeitos do negócio jurídico previstos no Código Civil.

(E) Pela teoria do diálogo das fontes, deve-se buscar a aplicação, tanto quanto possível, de todas as normas que tratam do tema, gerais ou especiais, de modo a garantir a tutela mais efetiva ao grupo vulnerável protegido pela lei, o que pode levar, por exemplo, à aplicação do Código Civil em detrimento do Código de Defesa do Consumidor quando o primeiro for mais favorável.

14. (VUNESP/ PREFEITURA DE BAURU – SP – 2018)

Incluem-se entre os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor:

(A) o respeito à dignidade, saúde e segurança do consumidor e a melhoria de sua qualidade de vida.

(B) o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo e a proteção de seus interesses econômicos.

(C) o atendimento das necessidades dos consumidores e a compatibilização da proteção do consumidor com as demandas de desenvolvimento econômico e tecnológico.

(D) a transparência das relações de consumo e a criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços.

(E) a harmonia das relações de consumo e a racionalização e melhoria dos serviços públicos.

15. (VUNESP/ PREFEITURA DE MARÍLIA – SP – 2017)

A respeito das relações jurídicas previstas e reguladas pelo Código de Defesa do Consumidor, é correto afirmar que

(A) se equipara a consumidor a coletividade de pessoas, desde que determináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

(B) fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, excepcionando-se os entes despersonalizados.

(C) produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

(D) serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, exceto as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária.

(E) se o serviço público for cedido para uma empresa permissionária, esta não é mais obrigada a fornecer os serviços essenciais de forma contínua.

16. (VUNESP/ DPE-RO – 2017)

Assinale a alternativa que contempla um dos direitos básicos do consumidor, nos exatos termos do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor.

(A) Manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente.

(B) A informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

(C) Incentivo à criação, pelos fornecedores, de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo.

(D) Concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

(E) Estudo constante das modificações do mercado de consumo.

17. (VUNESP/ PREFEITURA DE PORTO FERREIRA-SP – 2017)

Todo consumidor, assim reconhecido, é vulnerável, mas nem todo consumidor é hipossuficiente. Diante dessa afirmação, é correto afirmar que

(A) tal assertiva demonstra que a vulnerabilidade é pressuposto da condição de ser consumidor, sendo que a hipossuficiência é característica que deve ser analisada casuisticamente.

(B) as expressões vulnerabilidade e hipossuficiência são sinônimas, sendo que caracterizada a relação consumerista, o consumidor será obrigatoriamente vulnerável e hipossuficiente.

(C) a hipossuficiência é característica de todo consumidor assim reconhecido, sendo que a vulnerabilidade deve ser provada.

(D) se o consumidor referido for pessoa jurídica, é hipossuficiente, mas nunca será vulnerável.

(E) a vulnerabilidade trazida pelo legislador é exclusivamente técnica, não havendo outras modalidades.

18. (VUNESP/ PREFEITURA DE PORTO FERREIRA – SP – 2017)

O direito básico que garante ao consumidor ter acesso à possibilidade da inversão do ônus da prova em ações judiciais de demandas consumeristas é conhecido como

(A) acesso à Justiça.

(B) igualdade das contratações.

(C) informação e educação.

(D) efetiva reparação de danos.

(E) facilitação da defesa do consumidor em juízo.

19. (VUNESP/ CRBIO - 1º REGIÃO – 2017)

Josefino estava parado no posto de gasolina da rede Predileto, abastecendo seu carro, quando, de repente, um helicóptero da empresa Duro na queda cai sobre tal estabelecimento, morrendo na explosão todos que estavam no helicóptero e no posto. Nesse caso, com relação à liame que agora une essas partes, é correto afirmar que Josefino

(A) é considerado consumidor em relação ao posto de gasolina, mas não em relação à empresa dona do helicóptero.

(B) é consumidor por equiparação com as duas empresas.

(C) é consumidor por equiparação em relação à empresa do helicóptero, mas com relação ao posto de gasolina, mantém uma relação civil, tutelada pelo Código Civil.

(D) mantinha relação civil e não de consumo com ambas as empresas.

(E) é consumidor tanto do posto quanto da empresa Duro na queda, sendo que da última é assim considerado por equiparação.

20. (VUNESP/ PREFEITURA DE SERTÃOZINHO – SP – 2016)

São direitos básicos do consumidor:

(A) a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a distinção nas contratações.

(B) facilitação da defesa dos direitos dos consumidores, inclusive com a inversão do ônus da prova a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação e for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências.

(C) informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

(D) a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos presentes ou pretéritos que as tornem excessivamente onerosas.

(E) a proteção do consumidor contra métodos comerciais coercitivos ou desleais, contrapropaganda, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

21. (VUNESP/ PREFEITURA DE REGISTRO-SP – 2016)

É considerado direito básico do consumidor a facilitação de sua defesa em juízo, por meio da possibilidade da inversão do ônus da prova. Dentro do que dispõe o Código de Defesa do Consumidor acerca dessa disciplina, é correto afirmar que

(A) a inversão do ônus da prova é automática, sendo que em todas as ações relativas aos direitos do consumidor o juiz tem a obrigação de concedê-la.

(B) para que haja a inversão do ônus da prova, o juiz deve se basear nos termos da lei, sem levar em consideração as suas máximas de experiência.

(C) só haverá a inversão do ônus da prova se cumulativamente as alegações do consumidor forem verossímeis e ele for considerado hipossuficiente.

(D) a inversão do ônus da prova poderá favorecer o fornecedor, dado o princípio da isonomia aplicado às relações de consumo que forem abordadas em juízo.

(E) ficará a critério do juiz deferir a inversão do ônus da prova exclusivamente ao consumidor, sempre que o direito debatido for verossímil ou o consumidor hipossuficiente, levando-se em consideração as suas máximas de experiência.

22. (VUNESP/ PREFEITURA DE REGISTRO-SP – 2016)

Sobre a extensão da legislação que pode ser aplicada às relações jurídicas de consumo, nos termos do Código de Defesa do Consumidor, é correto afirmar que

(A) apenas a lei especial brasileira poderá ser aplicada a essas relações.

(B) além da lei especial brasileira, é possível que direitos previstos em convenções internacionais sejam utilizadas, mesmo que o Brasil não seja signatário.

(C) na aplicação das normas consumeristas, é possível que sejam aplicadas normas que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

(D) não se admite no direito brasileiro, mesmo em se tratando de questões consumeristas, que se apliquem a equidade na solução de conflitos.

(E) os direitos previstos no Código de Defesa do Consumidor excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário.

23. (VUNESP/ PREFEITURA DE ROSANA -SP – 2016)

Antônio possui um caminhão ano 1950 e, precisando capitalizar-se, coloca a venda o bem. José, interessado na compra, leva um mecânico para avaliar o veículo e, depois de um parecer favorável do técnico, a venda é realizada. Após 60 dias de uso, o caminhão tem um problema no eixo dianteiro e precisa ficar parado por 30 dias, causando um enorme prejuízo para José, que já possuía fretes contratados. Diante dessa situação hipotética, é correto afirmar que, a esse caso, se aplicam as regras do direito

(A) do consumidor, sendo certo que, por se tratar de bem durável e diante do claro vício oculto, José terá 90 dias para reclamar a partir do conhecimento do vício.

(B) civil, por não se tratar de relação jurídica de consumo, tendo José 90 dias para exigir a reparação de seus prejuízos.

(C) do consumidor, sendo certo que, por se tratar de bem durável e diante do claro vício oculto, José terá 30 dias para reclamar a partir do conhecimento do vício.

(D) do consumidor, sendo certo que, por se tratar de bem durável e diante do claro vício oculto, José terá 05 anos para reclamar a partir do conhecimento do vício.

(E) civil, pois a relação jurídica travada entre as partes não contempla as figuras do consumidor e do fornecedor.

24. (VUNESP/ PREFEITURA DE SUZANO -SP – 2015)

A respeito do conceito de fornecedor, é correto afirmar que

(A) a pessoa física pode ser considerada fornecedora de serviços, mas não de produtos.

(B) a pessoa jurídica de direito público não pode ser considerada prestadora de serviços de fornecimento de água, por tratar-se de serviço público essencial.

(C) produto é qualquer bem material, mas não imaterial.

(D) os entes despersonalizados serão considerados fornecedores, apenas se desenvolverem atividade de comercialização de produtos.

(E) 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.

25. (VUNESP/ HCFMUSP – 2015)

Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, devem ser informados os competentes órgãos

(A) dos Estados.

(B) da União e do Distrito Federal.

(C) dos Estados e dos Municípios.

(D) da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

(E) somente da União e dos Estados.

26. (VUNESP/ MPE-SP – 2015)

Acerca dos direitos básicos do consumidor, afirma-se que

(A) há possibilidade de modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos surgidos antes da formação do contrato e que as tornem iníquas.

(B) a educação e a divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços configuram um desses direitos, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.

(C) eles não excluem outros que derivem de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, dispensando-se aqueles resultantes dos costumes e equidade.

(D) a informação adequada sobre os diferentes produtos deve ser clara quanto à especificação das características e qualidade, sem a menção a tributos incidentes e preço.

(E) tendo mais de um autor a ofensa, responderá pela reparação do dano aquele que a ele deu causa, culposamente.

27. (CESPE / DPE-PE – 2018)

Conforme o entendimento do STJ, o CDC aplica-se a

(A) relação contratual entre cliente e advogado.

(B) contrato de plano de saúde administrado por entidade de autogestão.

(C) contratos de previdência complementar celebrados com entidades abertas.

(D) litígio entre condômino e condomínio edilício referente à cobrança de taxa de condomínio.

(E) contrato de aquisição de equipamento médico por entidade privada proprietária de rede de hospitais.

28. (CESPE / TRF - 1ª REGIÃO – 2017)

O contrato de compra e venda de um imóvel não residencial em construção, continha cláusula que determinava a perda total das parcelas pagas caso a compradora, que utilizaria o imóvel como sede empresarial, desistisse do negócio. O contrato foi firmado após a edição do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Com relação a essa situação hipotética, julgue certo ou errado o item a seguir.

A obtenção de informações claras sobre o produto antes de firmar o contrato é um direito disponível.

29. (CESPE / TRF - 1ª REGIÃO – 2017)

O contrato de compra e venda de um imóvel não residencial em construção, continha cláusula que determinava a perda total das parcelas pagas caso a compradora, que utilizaria o imóvel como sede empresarial, desistisse do negócio. O contrato foi firmado após a edição do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Com relação a essa situação hipotética, julgue certo ou errado o item a seguir.

O CDC vigente não se aplica ao caso: a compradora é uma pessoa jurídica e o objeto do contrato é um imóvel comercial.

30. (CESPE / DPE- AL – 2017)

A necessidade de proteção dos destinatários finais dos produtos e serviços ofertados no mercado de consumo abarca as pessoas humana e jurídica, com o objetivo de tutelar a vulnerabilidade e a hipossuficiência dos consumidores. A partir dessa informação, assinale a opção correta, a respeito dos integrantes e do objeto da relação de consumo.

(A) Aplica-se o CDC para a relação entre condômino e condomínio no que diz respeito à cobrança de taxas, em decorrência da vulnerabilidade do condômino em relação ao condomínio.

(B) Em circunstâncias específicas, pessoas que não firmaram qualquer contrato de consumo podem ser equiparadas a consumidores, para fins de proteção.

(C) O conceito de fornecedor não abarca as pessoas jurídicas que atuam sem fins lucrativos, com caráter beneficente ou filantrópico, ainda que elas desenvolvam, mediante remuneração, atividades no mercado de consumo.

(D) Com base na teoria finalista, a condição de destinatário final do produto não é requisito essencial para a classificação da pessoa física ou jurídica como consumidora.

(E) A teoria maximalista amplia sobremaneira o alcance da relação de consumo, mas não abarca as pessoas jurídicas, devido ao fato de considerar que estas jamais se encontrarão em situação de vulnerabilidade frente ao fornecedor.

31. (CESPE / TRF - 5ª REGIÃO – 2017)

Conforme a jurisprudência do STJ, configura relação jurídica de consumo a relação

(A) jurídica entre entidade aberta de previdência complementar e seus participantes.

(B) jurídica entre locador e locatário, nos contratos regidos pela lei que dispõe sobre locações de imóveis urbanos.

(C) jurídica estabelecida entre condomínio edilício e condôminos.

(D) jurídica no caso de planos de saúde administrados por contrato de autogestão.

(E) contratual entre advogado e cliente.

32. (CESPE / DPU – 2017)

Com referência à proteção contratual e ao contrato de adesão, julgue certo ou errado o item a seguir.

Aplicam-se as disposições do CDC às relações de consumo estabelecidas pela compra de produtos de camelôs, haja vista o vendedor ser considerado fornecedor.

33. (CESPE / TCE-PA – 2016)

Segundo o CDC, o conceito de fornecedor abrange não apenas pessoas físicas e jurídicas, mas até mesmo entes despersonalizados.

34. (CESPE / TCE-PA – 2016)

Uma sociedade empresária que compra peças de outra sociedade empresária e as utiliza na montagem do produto que revende poderá invocar, em seu favor, normas do CDC no caso de ajuizamento de ação contra a pessoa jurídica que lhe vende as peças.

35. (CESPE / TJ-DFT – 2016)

Fortunato, empresário, proprietário de uma rede de supermercados nesta Capital, enquanto auxiliava seus funcionários na reposição de algumas garrafas de cerveja, colocando-as na prateleira de um de seus estabelecimentos comerciais, foi surpreendido pela explosão de um dos vasilhames, vindo a ser atingido pelos estilhaços da garrafa, que provocam graves e irreversíveis lesões em um de seus olhos. Inconformado, propôs ação de reparação de danos, em face do fabricante do produto.

Fortunato, no evento em exame, deve ser legalmente equiparado a consumidor, razão pela qual a responsabilidade do fabricante, pelos danos causados ao empresário, será objetiva e apurada segundo os ditames do CDC.

7.3 – GABARITO

1. D
2. B
3. E
4. A
5. B
6. E
7. E
8. D
9. E
10. B
11. A
12. D
13. E
14. A
15. C
16. B
17. A
18. E
19. E
20. C
21. E
22. C
23. E
24. E
25. D
26. B
27. C
28. E
29. E
30. B
31. A
32. C
33. C
34. E
35. C

ANEXO - LEI Nº 8.078/1990

TOME NOTA!

Leitura pertinente a esta aula!

TÍTULO I

Dos Direitos do Consumidor

CAPÍTULO I

Disposições Gerais

*Art. 1° O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, **de ordem pública e interesse social**, nos termos dos arts. 5°, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.*

*Art. 2° **Consumidor** é toda pessoa física ou jurídica que adquire 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.*

*Art. 3° **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.*

*§ 1° **Produto** é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.*

*§ 2° **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**.*

CAPÍTULO II

Da Política Nacional de Relações de Consumo

*Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por **objetivo** o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, **atendidos os seguintes princípios**: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)*

*I - reconhecimento da **vulnerabilidade** do consumidor no mercado de consumo;*

*II - **ação governamental** no sentido de proteger efetivamente o consumidor:*

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

*III - **harmonização dos interesses** dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), **sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações** entre consumidores e fornecedores;*

*IV - **educação e informação** de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;*

*V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de **controle de qualidade e segurança** de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;*

*VI - **coibição e repressão** eficientes **de todos os abusos** praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;*

*VII - **racionalização e melhoria** dos serviços públicos;*

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5° Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

§ 1° (Vetado).

§ 2º (Vetado).

CAPÍTULO III

Dos Direitos Básicos do Consumidor

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Art. 7° Os direitos previstos neste código ***não excluem outros*** *decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.*

Parágrafo único. ***Tendo mais de um autor a ofensa****, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.*

(...)

CAPÍTULO IV

Da Qualidade de Produtos e Serviços, da Prevenção e da Reparação dos Danos

SEÇÃO I

Da Proteção à Saúde e Segurança

Art. 8° Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

§1º. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

§2º. O fornecedor deverá higienizar os equipamentos e utensílios utilizados no fornecimento de produtos ou serviços, ou colocados à disposição do consumidor, e informar, de maneira ostensiva e adequada, quando for o caso, sobre o risco de contaminação.

Art. 9° O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 2° Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 1° O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 3° Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

Art. 11. (Vetado).

ESSA LEI TODO MUNDO CONHECE:
PIRATARIA É CRIME.

Mas é sempre bom revisar o porquê e como você pode ser prejudicado com essa prática.

1.

Professor investe seu tempo para elaborar os cursos e o site os coloca à venda.

2.

Pirata divulga ilicitamente (grupos de rateio), utilizando-se do anonimato, nomes falsos ou laranjas (geralmente o pirata se anuncia como formador de "grupos solidários" de rateio que não visam lucro).

3.

Pirata cria alunos fake praticando falsidade ideológica, comprando cursos do site em nome de pessoas aleatórias (usando nome, CPF, endereço e telefone de terceiros sem autorização).

4.

Pirata compra, muitas vezes, clonando cartões de crédito (por vezes o sistema anti-fraude não consegue identificar o golpe a tempo).

5.

Pirata fere os Termos de Uso, adultera as aulas e retira a identificação dos arquivos PDF (justamente porque a atividade é ilegal e ele não quer que seus fakes sejam identificados).

6.

Pirata revende as aulas protegidas por direitos autorais, praticando concorrência desleal e em flagrante desrespeito à Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).

7.

Concurseiro(a) desinformado participa de rateio, achando que nada disso está acontecendo e esperando se tornar servidor público para exigir o cumprimento das leis.

8.

O professor que elaborou o curso não ganha nada, o site não recebe nada, e a pessoa que praticou todos os ilícitos anteriores (pirata) fica com o lucro.

Deixando de lado esse mar de sujeira, aproveitamos para agradecer a todos que adquirem os cursos honestamente e permitem que o site continue existindo.