Estratégia Concursos

Aula 00

Direito do Consumidor p/ CORE-PR (Assessor Jurídico Júnior) Com Videoaulas - Pós-Edital

Autor:
Paulo Guimarães, Paulo H M Sousa

24 de Fevereiro de 2020

Sumário

Apresentação do Curso 2

Apresentação Pessoal 4

Cronograma de Aulas 4

Título I – Direitos do Consumidor 6

1 – Considerações iniciais 6

Capítulo I – Disposições gerais 7

Capítulo II – Política Nacional de Relações de Consumo 13

Capítulo III – Direitos básicos do consumidor 21

2 – Considerações finais 27

Questões Comentadas 28

Lista de Questões 98

Gabarito 108

Resumo 110

APRESENTAÇÃO DO CURSO

Iniciamos nosso **Curso de Direito do Consumidor** em teoria e questões, voltado para o cargo de **Assessor Jurídico Júnior** do **Conselho Regional de Representantes Comerciais do Paraná - CORE/PR.**

A banca organizadora do certame é QUADRIX, e a prova objetiva será realizada no dia 05/04/2020.

Veja a ementa do edital:

> 13 Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei no 8.078/1990)

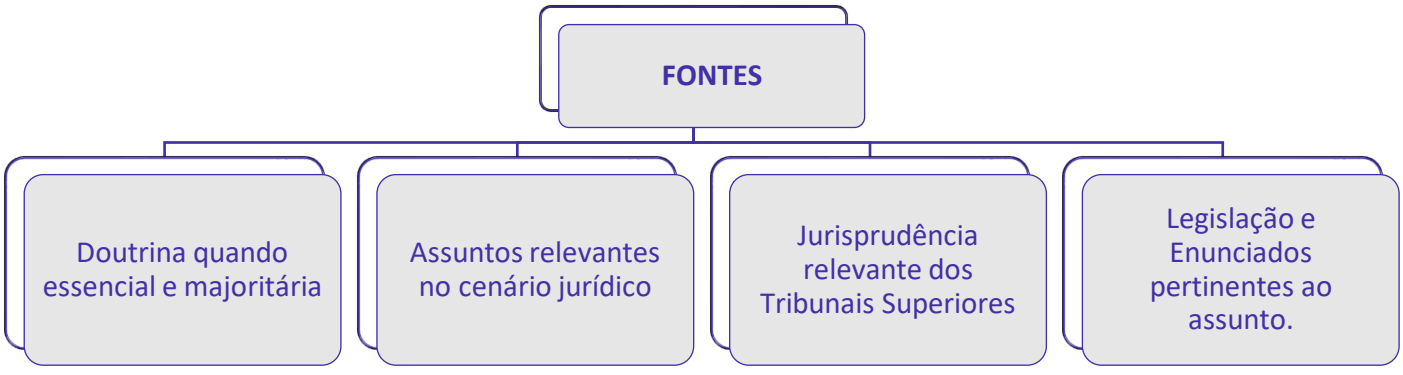
O curso é uma reformulação extensa – atualização, revisão e ampliação – dos cursos que desenvolvo desde o ano de 2015. Desde então, acompanho as mais diversas provas, incluindo OAB, concursos públicos em geral, de nível médio e superior, e carreiras jurídicas. As alterações legislativas, jurisprudenciais e doutrinárias são acompanhadas de perto desde o início.

Trata-se do curso mais completo de Direito do Consumidor que eu tenho para os concursos em geral. Ele é a espinha dorsal dos nossos específicos, preparados e adaptados para cada Edital.

O acompanhamento das mudanças legislativas, jurisprudenciais e doutrinárias me permitiu, há bastante tempo, **compreender as necessidades de dois tipos de concurseiros, ao mesmo tempo: aquele que está iniciando seus estudos e aquele que está estudando já mais tempo.** Por isso, os conceitos serão expostos de forma didática, com explicação dos institutos jurídicos e resumos da jurisprudência, quando importantes para a prova.

Confira, a seguir, com mais detalhes, a minha **metodologia**, que integra a metodologia do Estratégia Concursos.

Algumas constatações sobre a metodologia são importantes! Posso afirmar que as aulas levarão em consideração as seguintes "fontes".



Para tornar o seu estudo mais completo, é muito importante resolver questões anteriores para se situar diante das possibilidades de cobrança. Trarei questões de todos os níveis, fáceis e difíceis, das principais bancas de Concurso, para enriquecer seu aprendizado.

Essas observações são importantes pois permitirão que eu possa organizar seu curso de modo focado, voltado para acertar questões objetivas e discursivas.

O objetivo é um só: permitir que você consiga a aprovação! Essa é a minha proposta pra você; topa?

Vistos alguns aspectos gerais da matéria, faço algumas considerações acerca da **metodologia de estudo**.

As aulas em *.pdf* tem por característica essencial a **didática**. Ao contrário do que você encontra na doutrina especializada de Direito do Consumidor (Flávio Tartuce e Bruno Miragem, para citar dois dos conhecidos autores), o curso todo se desenvolverá com uma leitura de fácil compreensão e assimilação.

Isso, contudo, não significa superficialidade. Pelo contrário, sempre que necessário e importante os assuntos serão aprofundados. A didática, entretanto, será fundamental para que diante do contingente de disciplinas, do trabalho, dos problemas e questões pessoais seus, você possa extrair o máximo de informações para a hora da prova.

Para tanto, o material será permeado de **esquemas**, **gráficos informativos**, **resumos**, **figuras**, tudo com a pretensão de *chamar atenção* para as informações que realmente importam.

Com essa estrutura e proposta pretendemos conferir segurança e tranquilidade para uma **preparação completa**, **sem necessidade de recurso a outros materiais didáticos**.

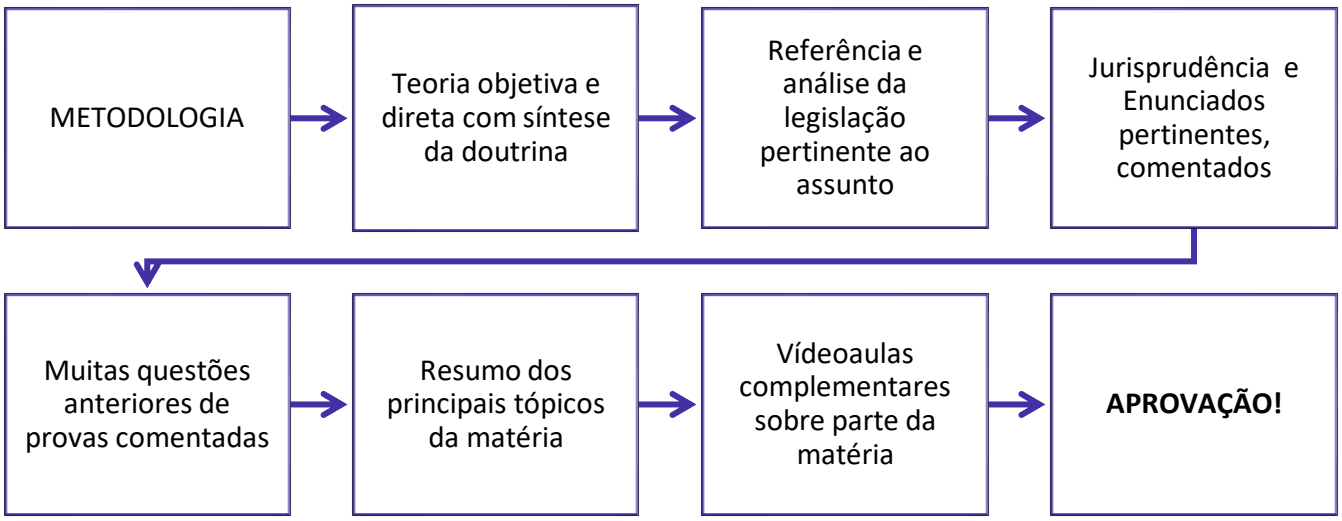
Finalmente, destaco que um dos instrumentos mais relevantes para o estudo em *.pdf* é o **contato direto e pessoal com o Professor.** Além do nosso **fórum de dúvidas**, estou disponível por **e-mail** e, eventualmente, pelas redes sociais. Aluno nosso não vai para a prova com dúvida!

Por vezes, ao ler o material surgem incompreensões, dúvidas, curiosidades, e, nesses casos, basta acessar o sistema e mandar uma mensagem pra mim! Assim que possível responderei a todas as dúvidas. É notável a evolução dos alunos que levam a sério a metodologia.

Além disso, você tem videoaulas! Essas aulas destinam-se a complementar a preparação. Quando estiver cansado do estudo ativo (leitura e resolução de questões) ou até mesmo para a revisão, abordarei alguns pontos da matéria nos vídeos.

Com outra didática, você disporá de um conteúdo complementar para a sua preparação. Ao contrário do *.pdf*, evidentemente, **AS VIDEOAULAS NÃO ATENDEM A TODOS OS PONTOS QUE VOU ANALISAR NOS PDFS, NOSSOS MANUAIS ELETRÔNICOS**. **Por vezes, haverá aulas com vários vídeos; outras que terão videoaulas apenas em parte do conteúdo; e outras, ainda, que não conterão vídeos, se for o caso. Seu foco tem que ser, sempre, o estudo ativo!**

Assim, cada aula será estruturada do seguinte modo:



APRESENTAÇÃO PESSOAL

Por fim, fica uma breve apresentação pessoal. Meu nome é Paulo H M Sousa. **Tenho Graduação, Mestrado e Doutorado em Direito pela Universidade Federal do Paraná (UFPR).** Fui, durante o Doutorado, *Visiting Researcher* no *Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht*, em Hamburgo/Alemanha.

Estou envolvido com concursos já há bastante tempo e desde os tempos da faculdade transito pelo Direito Privado. Sou um professor nato.

Exerço a advocacia desde que fui aprovado na OAB e, apesar de ter sido aprovado e convocado em concurso de provas e títulos para Procurador Municipal de Colombo/PR, não cheguei a assumir o cargo. No entanto, a docência vem desde os tempos do Ensino Médio, quando já ensinava matemática e física (pois é!) em aulas de reforço. Na faculdade fui monitor e, ainda no Mestrado, ingressei bem jovem na docência em Nível Superior.

Essas são, para quem me conhece, minhas paixões profissionais: o Direito e a docência! Atualmente, sou professor de Direito, aprovado em concurso de provas e títulos, na Universidade Estadual do Oeste do Paraná, a UNIOESTE, no campus de Foz do Iguaçu; bem como Professor de Direito, aprovado em teste seletivo, na Universidade Federal de Brasília, a UnB. Aqui no Estratégia, leciono Direito Civil, Direito Processual Civil, Direito do Consumidor e Legislação Civil Especial.

Agora é hora de começar seus estudos. Direito do Consumidor e ponto!

CRONOGRAMA DE AULAS

Veja a distribuição das aulas:

AULAS	TÓPICOS ABORDADOS	DATA

Aula 00	13 Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei no 8.078/1990) – Disposições gerais	Já disponível
Aula 01	13 Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei no 8.078/1990) – Responsabilidade	Já disponível
Aula 02	13 Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei no 8.078/1990) – Práticas e Proteção	Já disponível
Aula 03	13 Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei no 8.078/1990) – Defesa do consumidor em juízo	Já disponível
Aula 04	13 Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei no 8.078/1990) – Sanções administrativas e Infrações penais	Já disponível

Essa é a distribuição dos assuntos ao longo do curso. Eventuais ajustes poderão ocorrer, especialmente por questões didáticas. De todo modo, sempre que houver alterações no cronograma acima, você será previamente informado, justificando-se.

TÍTULO I – DIREITOS DO CONSUMIDOR

1 – Considerações iniciais

Inicialmente, lembro que sempre estou disponível, para você, aluno Estratégia, no Fórum de Dúvidas do Portal do Aluno e, alternativamente, também, nas minhas redes sociais:


prof.phms@estrategiaconcursos.com.br


prof.phms


prof.phms


prof.phms


Fórum de Dúvidas do Portal do Aluno

Na aula de hoje, você verá o tema **Direitos do Consumidor**. Essa é uma parte mais introdutória, que não costuma cair isoladamente nas provas, mas que *abre as portas* da compreensão do Direito do Consumidor. É como tentar estudar sem saber ler... sem esta aula você não consegue *ler* as normas consumeristas de maneira adequada.

No mais, segue a aula pra gente bater um papo! =)

Ah, e o que, do seu Edital, você vai ver aqui?

13 Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei no 8.078/1990) – Disposições gerais

Boa aula!

Capítulo I – Disposições gerais

Até 1988 o Brasil ainda não contava com normatização específica, organizada e sistematizada para a proteção do consumidor, embora o mercado de consumo nacional já fosse bastante robusto. Esse panorama mudou com a Constituição Federal, que determina, no art. 5°, inc. XXXII e no art. 170, inc. V, normas que visem à defesa do consumidor. [1]



Essas normas seguem a perspectiva de **ampla proteção de direitos do cidadão,** nos mais diversos vértices. Isso se dava ante a violação sistemática de direitos dos brasileiros durante o Regime Militar, que frequentemente se valia de instrumentos *criativos* para cortar direitos em nome da *defesa nacional*.

Não mais. O constituinte foi claro: era necessário proteger o cidadão dos desmandos de governantes ditatoriais e também das desigualdades existentes nas relações jurídicas. Há destaque para a proteção do consumidor, como se extrai do art. 48 do ADCT:

> *O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.*

A tarefa não era fácil. Os doutrinadores nacionais buscaram no direito estrangeiro modelos de proteção do consumidor e dois países se mostraram fontes importantes: EUA e França. Assim, **nasce o Código de Defesa e Proteção do Consumidor – CDC em 1990.** Estabelece o art. 1° da Lei 8.078/1990 que ficam estabelecidas normas de **proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social.**



Destaco que o CDC é, assim, **norma de ordem pública**. O que isso significa? Que as normas nele previstas não podem ser afastadas pelas partes, como ocorre, ordinariamente no Direito Civil e no Direito Empresarial.

Aqui a *pegada* é outra. O princípio da liberdade contratual é visto com ressalvas, pela presença de uma parte menos favorecida, por assim dizer, em variados aspectos: o consumidor. Por isso, é fundamental verificar se uma das partes do contrato se enquadra na definição de consumidor, porque é exatamente essa classificação que atrai a aplicação das normas consumeristas. A aplicação do CDC, e não da legislação privada comum, traz importantes consequências, especialmente quando falamos da responsabilidade civil e dos contratos. Isso porque o CDC possui três características muito peculiares: **é uma lei principiológica, que traz normas de ordem pública e interesse social e constitui um microssistema multidisciplinar.**

---

[1] Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

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

É uma lei principiológica porque, como ocorreu com boa parte das leis editadas logo após a Constituição Federal de 1988, tem carga axiológica (valorativa) muito intensa. O CDC é recheado de princípios, como será visto.

É uma norma de ordem pública e interesse social, pois **decorre diretamente do texto constitucional**, como se extrai da combinação dos arts. 5°, inc. XXXII, art. 170, inc. V, da Constituição Federal de 1988 e do art. 48 do Ato das Disposições Finais e Transitórias – ADCT. Isso significa que o juiz pode conhecer de ofício (sem que a pessoa tenha pedido na ação) os direitos do consumidor e que os contratantes não podem derrogar os direitos do consumidor.



É uma norma que constitui um microssistema porque, após o Código Civil, o Código de Defesa do Consumidor não pode ser visto como uma ilha, um diploma totalmente isolado dos demais, devendo sim ser interpretado **em conjunto com outros ramos do Direito,** em especial com o próprio Código Civil. É o que a doutrina denomina de Teoria do Diálogo das Fontes, que, em essência, quer dizer que as normas jurídicas não se excluem, mas se complementam.

1 – Conceito de consumidor

O consumidor é tido como o **elo mais fraco da cadeia de consumo**. Por isso, ele é tratado como vulnerável, ao contrário das partes de um contrato mercantil ou civil, no qual os contratantes estão no mesmo nível, há, em regra, igualdade de tratamento.

Quem é consumidor? Segundo o art. 2° do CDC, **consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.**

Mas só a pessoa é considerada consumidor? Não, pois **se equipara a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo** (parágrafo único do art. 2º).

Adiante, o CDC ainda inclui no conceito de consumidor as vítimas do fato do produto (art. 17) e as pessoas expostas às práticas de consumo (art. 29). É o caso da pessoa que se fere com a explosão de um eletrônico de outrem e da pessoa que vê uma propaganda enganosa, respectivamente.

A doutrina ainda entende que nem pessoa precisa ser, **também sendo considerados consumidores também os entes despersonalizados,** como o condomínio ou a massa falida, desde que cumpridos os requisitos legais.



Assim, podem ser consumidoras (i) **as pessoas físicas**; (ii) **as pessoas jurídicas**; (iii) **a coletividade**, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) **os entes despersonalizados.**

E o que é ser ***destinatário final*? E qualquer pessoa jurídica pode ser considerada consumidora?** Mais ou menos. Para responder a essas perguntas, a doutrina brasileira criou algumas teorias para tentar facilitar o enquadramento de uma pessoa ou coletividade como consumidora ou não.

A) Teoria finalista ou subjetiva

A Teoria finalista é a mais restritiva e aposta numa interpretação mais estreita dos princípios que regem o CDC. De acordo com ela, **só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico.**

Por isso, o produto ou serviço não pode ser, de maneira alguma, utilizado na atividade profissional. Eu, por exemplo, não poderia demandar a aplicação do CDC a um defeito neste computador no qual escrevo, já que o utilizo para produzir textos profissionalmente.



No caso das pessoas jurídicas – e aqui está a principal diferença entre as teorias –, apenas quando o produto ou serviço não guardasse qualquer relação com a atividade empresarial é que se poderia aplicar o CDC ao caso concreto. **As pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa – associações e fundações, por exemplo – seriam sempre consideradas consumidoras, porém.**

A posição inicial do STJ era de aplicação da teoria finalista (REsp 541.867-BA, de 2005).

B) Teoria maximalista ou objetiva

A Teoria maximalista vai no sentido contrário da anterior. Para ela, **não importa se a pessoa é física ou jurídica, se tem finalidade lucrativa ou não.** O CDC é um novo estatuto a reger as relações de mercado e, portanto, tem de ser aplicado ao máximo a elas.

O conceito de consumidor se amplia, aplicando-se ele sempre que a pessoa utiliza o produto ou serviço, seja como consumidor final ou intermediário. Esta teoria não foi aplicada pelo STJ em escala, mas apenas citada em julgados esparsos, não encontrando também muita defesa na maior parte da doutrina.

C) Teoria finalista mitigada ou temperada

A Teoria finalista mitigada ou temperada é a versão *abrandada* da Teoria Finalista. Em bom português, é a *regra com exceções*.



Segundo ela, se admite a aplicação das normas do CDC, por se enquadrar determinada pessoa no conceito de consumidor, mesmo quando ela não seja a destinatária final do produto ou serviço, apesar de ser consumidora intermediária. E quando isso acontecerá?

O STJ já aplica a teoria, mesmo sem a chamar assim, há bastante tempo. Exemplo é um caso de enquadramento da pessoa jurídica como consumidora, desde que comprovada a sua fragilidade no caso concreto, de 2005 (REsp 476428/SC, DJ 09/05/2005). Nesse caso, a Min. Nancy Andrighi afirma que 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".

Mas, a primeira vez que a expressão ***teoria finalista mitigada*** foi aplicada pelo STJ foi num voto vencido da Ministra, em 2010. Em sua decisão ela diz:

> É cabível a aplicação do CDC à relação jurídica pela qual pequenos produtores rurais adquiriram sementes de fabricante para o manejo, cultivo e posterior colheita destinada à comercialização, pois reconhecida a vulnerabilidade daqueles frente ao fabricante, aplica-se de forma mitigada a teoria finalista acerca da definição de consumidor, ainda que o produto tenha sido adquirido para o desenvolvimento de uma atividade empresarial, o que dá margem à incidência excepcional do CDC (REsp 1132642/PR, DJe 18/11/2010).



Apesar de ter sido voto vencido, ficou claro, pelo voto da Ministra, que **é possível extrapolar a aplicação da Teoria finalista em alguns momentos.** Ou, como dizem os próprios ministros, "*a jurisprudência desta Corte tem mitigado os rigores da teoria finalista para autorizar a incidência do CDC nas hipóteses em que a parte (pessoa física ou jurídica), embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresente em situação de vulnerabilidade*" (AgInt no AREsp 1480596/PR, DJe 19/02/2020).

Há inúmeros precedentes, casos concretos julgados anteriormente, que têm essa visão. O caso mencionado talvez seja emblemático. Imagine um pequeno produtor rural que compra sementes para plantar. Apesar de vender a planta crescida, não seria o caso de alargar a proteção do CDC para igualmente o incluir?

O STJ entendeu, naquele caso – depois de um outro recurso, no qual o voto vencido da Min. Nancy Andrighi se tornou o vencedor –, que sim. A base disso é o **reconhecimento da vulnerabilidade do produtor**, que atrai a aplicação do CDC.

Por outro lado, o mesmo STJ entende que nem sempre haverá atração do CDC. No caso do foro de eleição contratual – situação na qual se estabelece, no contrato, qual será o *foro* a processar e julgar o caso, o STJ entendeu pela não aplicação do CDC.

A mesma Min. Nancy Andrighi apontou que não seria nula essa cláusula, porque o contrato fora firmado entre empresa de insumos e grande produtor rural. Por isso, não haveria prejuízos à defesa pela manutenção do foro de eleição e, consequentemente, não se configuraria relação de consumo. Disse ela:

> A jurisprudência atual do STJ reconhece a existência de relação de consumo apenas quando ocorre destinação final do produto ou serviço, e não na hipótese em que estes são alocados na prática de outra atividade produtiva. A jurisprudência do STJ entende, ainda, que deve prevalecer o foro de eleição quando verificado o expressivo porte financeiro ou econômico da pessoa tida por consumidora ou do contrato celebrado entre as partes (CC 64.524/MT, DJ 09/10/2006).

Pela Teoria finalista mitigada, portanto, é cabível a aplicação *excepcional* do CDC a uma relação jurídica na qual uma pessoa adquire produto ou serviço para o desenvolvimento de uma atividade empresarial, desde que reconhecida a vulnerabilidade dela frente ao fornecedor. As situações concretas, conforme os precedentes do STJ, é que determinarão tais casos.



Ou seja, a definição de consumidor é casuística. Ela depende da comprovação de algum grau de **vulnerabilidade** da pessoa para que, apesar de ser ela apenas consumidora intermediária, possa ser enquadrada na aplicação do CDC.

Destaca-se que essa vulnerabilidade não deve ser observada apenas no campo econômico, abrangendo outras espécies. Segundo o STJ, **existem quatro espécies de vulnerabilidade**, capazes de fundamentar a aplicação do CDC em determinada relação jurídica: **a) técnica; b) jurídica; c) fática; d) informacional** (STJ. 3ª Turma. REsp 1195642/RJ). Elas serão estudadas adiante.



Pode o Estado ser considerado consumidor? Se ele estiver no polo da relação consumerista como destinatário final do produto ou serviço, na aplicação da Teoria finalista mitigada, sim.

Por exemplo, ao contratar um serviço de limpeza, o Estado é considerado consumidor. O CDC não distingue as pessoas jurídicas, pelo que qualquer pessoa jurídica, seja de direito público, seja de direito privado, também se enquadra na categoria de consumidor, se preenchidos os requisitos legais.

2 – Conceito de fornecedor

A **relação de consumo** pressupõe uma triangularização. São três elementos: **fornecedor, consumidor e produto ou serviço.** Já mostrei a você o primeiro vértice; vamos ao segundo.

> Basta que eu seja enquadrado como consumidor para que o CDC seja aplicado à minha relação jurídica? Não. É necessário que a outra parte seja enquadrada como fornecedora.



E quem é o fornecedor? Conforme o 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.**

Há diferença entre pessoas físicas ou jurídicas? Não. Há diferença entre pessoas jurídicas de direito público ou privado? Não. Há diferença entre pessoas nacionais ou estrangeiras? Não. Mesmo que seja um ente despersonalizado[2], pode ser reconhecido ele como fornecedor? Sim.

Mesmo que a atividade desenvolvida não seja profissional será a pessoa reconhecida como fornecedor? Não. Aí é que está.

Eu, quando vendo meu carro a você, não sou considerado fornecedor, ainda que você pudesse ser considerado consumidor. Não se aplica o CDC porque a triangularização não se fechou. Eu não sou fornecedor, ainda que você esteja consumindo um produto.

---

[2] O exemplo mais visível de ente despersonalizado é o condomínio edilício. Ele é um ente destinado a gerenciar as parcelas de propriedade detidas por todos os proprietários de um imóvel. Há outros tantos exemplos, como se extrai do Direito Civil e do Direito Processual Civil. No entanto, para o Direito do Consumidor, é importante pensar nas sociedades de fato e sociedades irregulares.

Assim, mesmo que eu compre pela internet um produto de uma sociedade empresarial irregular, ou mesmo de um grupo de amigos que se juntou para vender produtos – e, portanto, não são uma sociedade empresarial constituída juridicamente –, eles todos serão considerados fornecedores.

Eu não sou profissional, não sou vendedor de veículos. Apenas vendi meu carro a você. E se eu fosse um *roleador* de carros? Aí a história seria diferente, já que eu venderia carros profissionalmente, ainda que não por meio de uma sociedade empresarial (lembre-se que o fornecedor pode ser uma pessoa física ou um ente despersonalizado).

Esse é o ponto. **As atividades desenvolvidas pela pessoa precisam ser desenvolvidas profissionalmente para que ela seja enquadrada como fornecedora e o CDC seja aplicável à relação jurídica**. Isso, claro, vai depender da análise do caso concreto.

Veja que o conceito de fornecedor é bastante amplo. O CDC, inclusive, **não restringe o conceito de fornecedor a atividade remunerada ou não; ou seja, é irrelevante se o produto ou serviço é disponibilizado ao consumidor de maneira onerosa ou gratuita.**

Seja pagando ou *grátis*, forneceu, é fornecedor! Se compro um fluido de freio para o meu carro e junto com ele vem um odorizador *grátis*, e se o odorizador causa um dano ao meu carro, aplica-se o CDC. Se vou a uma farmácia e o vendedor passa um protetor solar na minha pele para que eu veja como o produto é bom, e o creme me causa alergia, aplica-se o CDC. Forneceu, aplica-se o CDC.

O critério de restrição é o **desempenho da atividade de maneira profissional**. Se eu dou a você um odorizador, e se o odorizador causa dano ao seu carro, não se aplica o CDC. Se você me pede um protetor solar, e se ele causa dano a você, não se aplica o CDC. Não sou fornecedor. [3]

> Atenção, porque há também, em certos casos, a figura do **fornecedor por equiparação.** Ele não é o fornecedor do contrato principal, mas um intermediário. No Direito Civil se chama esse fornecedor de estipulante, que é um terceiro na relação contratual.

No CDC não, esse *terceiro* é equiparado a fornecedor e, portanto, as regras do microssistema se aplicam a ele. Há um exemplo legal dessa figura no art. 3º da Lei 10.671/2003, o Estatuto do Torcedor: "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".



Pode o Estado ser considerado fornecedor? Se ele estiver no polo da relação consumerista como desenvolvedor de atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços, sim.

Isso se extrai do art. 6º, inc. X, do CDC, que determina a aplicação das regras consumeristas mesmos que o Estado esteja no polo da relação. O próprio art. 3º deixa isso claro, mas o art. 6º reforça tal posição. [4]

---

[3] Ainda que o fabricante do odorizador e/ou do protetor solar sejam, mas aí a relação jurídica é outra. Os fabricantes podem ser responsabilizados, pois são fornecedores e você é consumidor, com base no art. 17 do CDC (porque você é vítima do produto), mas não eu, porque não sou fornecedor. Não misture as coisas.

[4] O STJ (REsp 1.187.456/RJ), no entanto, restringe a aplicação do CDC nas relações das pessoas com o Estado. Quando o serviço público é prestado diretamente pelo Estado e custeado por meio de receitas tributárias não se caracteriza uma relação de consumo nem se aplicam as regras do CDC. Assim, por exemplo, se o Estado ou Município prestam eles mesmos serviços escolares ou

3 – Conceito de produto e serviço

O fornecedor e o consumidor são os elementos subjetivos – sujeitos – da relação jurídica de consumo. O produto ou serviço são os **elementos objetivos** – objetos – **da relação jurídica de consumo**. Veja que eles podem ser tangíveis, como é o caso do produto, ou intangíveis como é o caso do serviço.



Pra facilitar, o art. 3º, §1º do CDC conceitua **produto como qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.** Ou seja, mesmo que imaterial, há um produto, como, por exemplo, o aplicativo de edição de texto que eu comprei para fazer esta aula.

Já o §2º conceitua **serviço como 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.** Assim, a *Netflix*, que você não deve sequer conhecer, se está estudando seriamente para concurso, é um serviço.

Em resumo, o que o CDC quer é justamente afastar discussões sem sentido. Não importa se é um produto material, um produto imaterial, um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é *abraçado* pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

Se o caso envolver obrigações tributárias não se aplica o CDC, igualmente, apesar do silêncio da norma. Assim, se você for discutir impostos, taxas ou contribuições, a regra consumerista não se aplica ao caso.



Apesar da clareza solar do art. 3º, §2º, havia muito questionamento a respeito da aplicabilidade do CDC às relações bancárias. O STJ pacificou o tema na Súmula 297: "O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras". O STF colocou pá de cal definitivamente no tema, em 2006, na ADI 2.596. Assim, **em qualquer relação bancária, presentes os requisitos legais, é aplicável o CDC.**

Também se aplica o CDC às relações previdenciárias abertas complementares, como estabelece a Súmula 563 do STJ. Atente, porque no caso da previdência pública – regime geral ou especiais – o CDC não se aplica, apenas no caso de entidades de previdência privada.

Além disso, veja outras duas súmulas do STJ que tratam da aplicabilidade do CDC. Primeiro, a Súmula 602 afirma que o CDC "é aplicável aos empreendimentos habitacionais promovidos pelas sociedades cooperativas". A Súmula 608 prevê que se aplica o CDC "aos contratos de plano de saúde, salvo os administrados por entidades de autogestão".

Capítulo II – Política Nacional de Relações de Consumo

O CDC tem especial cuidado com uma noção mais ampla, coletiva, e menos individualista. Não à toa, o art. 4º estabelece a Política Nacional das Relações de Consumo.

---

hospitalares, não se aplica o CDC; se houver um intermediador, porém, aplica-se, como no caso de uma fundação ou concessionária.

1 – Princípios

A Política Nacional 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.** Esse objetivo se alcança com a fixação de certos princípios condutores das relações consumeristas. Que princípios são esses?

Princípio da vulnerabilidade

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

A vulnerabilidade é a expressão consumerista para os princípios constitucionais da proporcionalidade e da igualdade. Como é sabido, o princípio da igualdade deve ser visto não apenas em sua perspectiva formal, mas também material.



Por isso, há de se *tratar os iguais igualmente e os desiguais, desigualmente, na medida de suas desigualdades*. Em outras palavras, não se pode fazer uma tábua rasa e achar que todos são *realmente* iguais; **as desigualdades precisam ser equalizadas, de modo que todos sejam *realmente* iguais.**

O caso do consumidor talvez seja o mais evidente de todos. Se o aparelho no qual você está lendo este material deixa de funcionar, o que aconteceu? Você não faz a mínima ideia.

Exceto algumas pouquíssimas pessoas, ninguém saberá o que ocorreu. Convenhamos, você saberia me dizer qual unidade de alta frequência da camada epitaxial de silício do microprocessador tem uma impureza micrométrica que impede sua máquina de funcionar? Não sabe...

Claro, esse é um exemplo mais drástico, mas a maioria das pessoas desconhece os produtos que consome em sua integralidade – e quem nunca já se pegou reclamando de um aparelho que *não funciona*, para, segundos depois, descobrir que ele não estava conectado à fonte de energia?

Por que aquele biscoito/bolacha – e não vou entrar na controvérsia – estragou, apesar de armazenado corretamente? Por que o botão do celular parou de funcionar repentinamente? Por que o folheto indica X reais e na loja está X + 1? Por que a garrafa explodiu? Por que o congelador não congela? Essas são inúmeras perguntas que nós, consumidores, não sabemos responder.

E quem sabe? **O fornecedor. Ele detém as informações a respeito dos seus produtos e serviços.** Nós somos a *parte frágil* da relação de consumo, somos vulneráveis, suscetíveis aos eventos de consumo.



O consumidor é vulnerável tecnicamente, economicamente, informacionalmente e juridicamente.

Tecnicamente porque **o consumidor não conhece em detalhes o produto ou serviço** – como nos exemplos que eu dei. Economicamente porque, em geral, **o poderio econômico**

do fornecedor é maior do que o do consumidor. Informacionalmente porque **a informação é detida pelo fornecedor e não pelo consumidor** – como nos exemplos que eu dei. Juridicamente porque, em geral, **o conhecimento, porte e assessoramento jurídicos do fornecedor é melhor do que o do consumidor.**

A vulnerabilidade do consumidor é absoluta (presunção absoluta ou *juris et de jure*) e se liga ao direito material.

Quando se aplica a Teoria finalista mitigada, é a vulnerabilidade que permitirá alargar o conceito de consumidor. Mesmo que pela Teoria finalista aquela pessoa não seja destinatária final do produto ou serviço, a vulnerabilidade atrairá a aplicação do CDC justamente porque ela é vulnerável – técnica, econômica e/ou juridicamente.

Não confunda vulnerabilidade com hipossuficiência. A hipossuficiência é relativa e se liga ao direito processual.



Há ainda a noção de **hipervulnerabilidade ou vulnerabilidade agravada.** São as pessoas que além de serem enquadradas como consumidoras – vulneráveis, portanto – ainda possuem uma vulnerabilidade outra, que agrava a situação.

Em geral, basta pensar nas pessoas que têm estatuto próprio, como crianças, idosos, pessoas com deficiência. Mas não só. Pessoas que não têm estatuto próprio também podem ser hipervulneráveis, como gestantes, pessoas doentes etc.

Crianças são especialmente vulneráveis em relação ao marketing. Quem nunca viu uma criança assistindo a um intervalo de desenho animado na televisão e esperneando para comprar um brinquedo?

Idosos estão sujeitos a contratos mais draconianos por conta da idade. É o caso dos planos de saúde, que têm a tendência de aumentar excessivamente as mensalidades. Sobre o caso, o STJ já se posicionou no sentido de que, em regra, é válida a cláusula prevista em contrato de seguro-saúde que autoriza o aumento das mensalidades do seguro quando o usuário completar 60 anos de idade. Porém, essa cláusula será abusiva quando: a) não respeitar os limites e requisitos estabelecidos na Lei 9.656/98; ou b) aplicar índices de reajuste desarrazoados ou aleatórios, que onerem em demasia o segurado. (STJ. 4ª Turma. REsp 1381606-DF)

As pessoas com deficiência podem ter restrições físicas ou intelectuais. O consumidor cadeirante terá dificuldade de acesso a determinados lugares, se não houver a eliminação da barreira. A pessoa com espectro autista compreenderá de maneira diferente certo contrato.



As gestantes possuem condição física momentânea que dificulta sua ação, em certos momentos e em determinados lugares. A pessoa doente fica fragilizada diante de exigências abusivas de um hospital.

O STJ, inclusive, reconhece essa **hipervulnerabilidade**, como se extrai do REsp 1.221.756, de 2012, no qual um banco foi condenado a colocar acesso facilitado a pessoas com dificuldade de locomoção (em especial, idosos e pessoas com deficiência). Esse caso,

inclusive, é pessoalmente interessante, pois me lembro, há muitos anos, ainda pequeno, de meu pai ameaçando acionar o Poder Judiciário caso o banco não construísse uma rampa.

Ele, numa ida à agência, teve de solicitar ajuda a um pedestre para conseguir ajudar um cadeirante a chegar à agência bancária. Havia dois acessos, um deles ao nível da rua e outro desnivelado, transposto por uma escada de uns 20 degraus. Só que a entrada ao nível da rua havia sido fechada, porque ao lado da outra entrada ficavam os caixas eletrônicos. O banco não se dignou a mover os caixas eletrônicos para a outra entrada, porque *o custo seria alto demais*. Depois que meu pai insistiu veementemente (ou melhor, ameaçou ir ao jornal local e ao Judiciário denunciar o gerente e o banco pela omissão), eles construíram uma rampa de acesso. Semanas depois da obra, lembro de voltar à agência com meu pai e, novamente, encontrarmos o cadeirante. Ele, feliz da vida, agradeceu meu pai pelo gesto, já que havia insistido na construção, mas só recebido negativas do banco. Curiosamente, tempos depois, aquela agência apareceu no noticiário local, como um exemplo de acessibilidade a ser seguido, sendo entrevistado justamente aquele mesmo cadeirante. O *nosso caso* não virou jurisprudência no STJ, mas virou um *caso local* de sucesso.

O STJ também já entendeu que a sociedade empresária atuante no ramo da aviação civil possui a obrigação de providenciar a acessibilidade do cadeirante no processo de embarque quando indisponível ponte de conexão ao terminal aeroportuário (*finger*). Se não houver meio adequado (com segurança e dignidade) para o acesso do cadeirante ao interior da aeronave, isso configura **defeito na prestação do serviço, ensejando reparação por danos morais** (STJ. 4ª Turma. REsp 1611915-RS).

Princípio da proteção governamental

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

A ação do governo deve ser pautada pela defesa do consumidor. Isso pode ser feito de **quatro formas:**

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

Aqui se vê uma tentativa do CDC de mesclar o intervencionismo estatal com o livre mercado. Compreende-se que a proteção do consumidor nunca será eficiente se houver liberalismo extremo (*laissez faire, laissez passer*) ou intervencionismo ditatorial (*o Estado sou eu*). **O Estado deve regular as relações consumeristas e atuar diretamente de maneira pontual.**

Princípio da harmonização

- 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

As relações consumeristas se pautam pelo desequilíbrio natural (consumidor fraco e fornecedor forte), pelo que o CDC deve **harmonizar esses desequilíbrios**, permitindo que a ordem econômica proteja os interesses de ambas as partes.

Talvez um exemplo interessante seja a necessidade de *novos* veículos virem com equipamentos de segurança (freios ABS e *airbags*) de fábrica, exigência essa que era excessiva há algumas décadas, diante da realidade nacional.

Princípio da educação e da informação

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

Há vários exemplos aqui, mas dois chamam minha atenção.



Antigamente, as bulas de remédio vinham com letras ridiculamente pequenas e com muitos termos técnicos médicos (a tal da cefaleia, ao invés da boa e velha *dor de cabeça*). Isso impedia que o consumidor conseguisse ler e compreender o medicamento. A informação estava lá, mas **apresentado de um jeito fática e educacionalmente ruim.**

Hoje, você já observa a presença de placas amarelas em grandes estabelecimentos com a inscrição “cuidado, piso escorregadio” para alertar o consumidor a respeito da presença e água e de potenciais quedas. Há pisos nos quais fica difícil visualizar a água, pelo que o consumidor precisa ser informado do risco.

Princípio da atuação

- 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

Criam-se desde simples SACs – serviços de atendimento ao consumidor – aos PROCONs.

Os SACs são regulados pelo Decreto Federal 6.523/2008, ao passo que os PROCONs são regulados por decretos estaduais. Destaco o art. 3º do Decreto 6.523/2008, que prevê que as ligações para o SAC serão gratuitas e o atendimento das solicitações e demandas não deve resultar em qualquer ônus para o consumidor. Além disso, o SAC deve garantir ao consumidor, no primeiro menu eletrônico, as opções de contato com o atendente, de reclamação e de cancelamento de contratos e serviços (art. 4º).

São medidas que ***forçam*** **os fornecedores a dar soluções adequadas aos conflitos de consumo,** sem que seja necessário recorrer, sempre, ao Poder Judiciário. De toda forma, o consumidor pode, se quiser, recorrer sempre ao Poder Judiciário, por força da inafastabilidade da jurisdição (art. 5º, inc. XXXV da Constituição Federal).

Princípio da repressão

- 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

A ordem constitucional é pautada na livre iniciativa e no livre mercado (art. 170 da Constituição Federal), corolários do sistema de trocas capitalista. No entanto, não se pode permitir um *capitalismo selvagem*, sem controle.

Práticas concorrenciais desleais e violação de propriedade autoral, intelectual e industrial são proibidas, pois geram prejuízo indireto ao consumidor. É o caso de produtos falsificados e/ou pirateados, que não trazem o mesmo nível de segurança exigido aos produtos originais.



Eu mesmo já recebi *reclamação* de um *aluno* que comprou o material de um site pirata. O material estava desatualizado e incompleto. Eu nada poderia fazer, evidentemente.

O mesmo vale para a prática do *dumping*, que até parece positiva, num primeiro momento. É a prática de baixar extraordinariamente os preços de seus produtos (daí parecer bom), de modo a quebrar a concorrência; quando os concorrentes quebram, aumenta-se o valor do produto (aí vem a parte ruim). Essa é uma prática desleal no mercado de consumo.

Princípio da racionalização

- VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos

Se alguém ainda tinha alguma dúvida a respeito da inclusão das pessoas jurídicas de direito público no rol de fornecedores, aqui está a nova previsão. **Os serviços públicos são também enquadrados no conceito de consumo e atraem a aplicação do CDC.**



Já o art. 37, §6º, da Constituição Federal de 1988 previa a responsabilidade civil objetiva das pessoas jurídicas de direito público e das pessoas jurídicas de direito privado prestadoras de serviços públicos (maiores detalhes a respeito competem ao Direito Administrativo). O CDC frisa, mais uma vez, a responsabilização do Estado pelos serviços públicos prestados.

Princípio da atualização

- VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo

Talvez as regras técnicas – normas da ABNT, por exemplo – sejam as mais explícitas desse princípio. O mercado automotivo é modelo.

Veículos de 50 anos atrás eram feitos de metal não deformante, sem cintos de segurança ou encosto de cabeça. Acidentes automobilísticos em velocidade mais alta tinham altíssima taxa de letalidade. Bateu, morreu.

Hoje, *milagrosamente*, muitas pessoas sobrevivem a acidentes em alta velocidade. Não é milagre, é a atualização das exigências automotivas: habitáculo com proteção com barra reforçada, metal deformante, para-choque em altura mais baixa, cintos de três pontos, *airbags*, encosto de cabeça, entre tantas outras *inovações*.

Antigamente, era comum que as editoras enviassem um boleto com uma nova edição de uma revista mensal, automaticamente renovando a assinatura. Essa prática não existia com os livros. O legislador e o julgador precisaram se atualizar, proibindo essa prática abusiva (prática que nem existe mais, porque ninguém mais assina revista física).

2 – Instrumentos

De nada adianta o legislador criar diretrizes, princípios de atuação e... não criar instrumentos para concretização! Como esses princípios se tornam prática? Com instrumentos efetivos de atuação.



O art. 5° prevê que para a execução da Política Nacional, o Poder Público pode contar com vários instrumentos. **Os instrumentos previstos nesse artigo são exemplificativos,** ou seja, outros instrumentos podem ser utilizados para se alcançar o cumprimento dos princípios previstos no art. 4º.

Quais são os instrumentos para a execução da Política Nacional?

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 e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo
V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor

São instrumentos **materiais** e **processuais**.

Processualmente, foram criados os Juizados Especiais Cíveis nos Estados[5], para dar **soluções mais rápidas e simples às pessoas.** Também foi aumentado sensivelmente o espectro de cabimento da **assistência judicial gratuita,** de modo a permitir que o consumidor litigue sem tanta preocupação econômica.



Materialmente, **há maior atuação do Ministério Público, por meio das promotorias de defesa do consumidor, da Polícia, com as delegacias de repressão a delitos de consumo e das associações de defesa do consumidor.**

A mais famosa dessas associações é o IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Fundado em 1987 tem por missão orientar, conscientizar, defender a ética nas relações de consumo e lutar pelos direitos dos consumidores. O IDEC manejou diversas ações judiciais que se tornaram casos simbólicos. Dois chamam a atenção.

O primeiro é da própria origem do IDEC: as ações judiciais para conseguir as correções devidas das cadernetas de poupança nos planos Bresser e Verão. O IDEC venceu essas ações e beneficiou milhares de brasileiros.

A segunda é o *Caso Bauducco.* Durante a campanha *É hora do Shrek*, em 2007 e voltada para as crianças, os consumidores precisavam juntar cinco embalagens de qualquer produto da linha e pagar determinada quantia para ganhar um relógio exclusivo.

[5] Antigamente eles se chamavam de Juizados de Pequenas Causas, conforme a Lei 7.244/1984. Desde a Lei 9.099/1995, porém, se chamam Juizados Especiais Cíveis. Curiosamente, apesar de a lei antiga ter vigorado por uma década apenas e a lei nova viger há muito mais tempo, muita gente ainda chama os JECs de Pequenas Causas. O grande foco da lei nova é a facilitação do procedimento, mais simples e rápido, e sua gratuidade, para atender a causas de menor valor econômico.

O STJ considerou que a campanha publicitária configurava venda casada com manipulação do universo lúdico infantil, afrontando o CDC. Essa decisão foi um precedente que passou a servir como referência no controle de campanhas publicitárias da indústria alimentícia, com destaque ainda para os riscos da obesidade e a necessidade de que os pais decidam sobre o consumo de alimentos pela criança.

Capítulo III – Direitos básicos do consumidor

De modo a proteger o consumidor, é necessário prever certos direitos básicos. Isso não significa que outros direitos não sejam franqueados ao consumidor, mas o art. 6º do CDC prevê um rol mínimo de direitos.



Nesse sentido, o art. 7° estabelece que **os direitos previstos no CDC 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. [6]

Inclusive, o próprio CDC, em diversas outras passagens, prevê outros direitos aos consumidores, mas os vistos adiante são os *direitos-princípio*. São, portanto, os direitos que estabelecem a lógica sistemática para a proteção do consumidor, em linhas gerais.

1 – Direitos

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

O Capítulo IV do CDC dedica extensa previsão legal para cumprir esse direito básico, ao tratar da qualidade de produtos e serviços, da prevenção e da reparação dos danos. Há de se ter claro, no entanto, uma distinção importante.

Existem produtos que são *naturalmente* perigosos ou nocivos. Quem os consome sabe, ou ao menos deve saber, quando isso não for evidente, pela clara informação (outro direito, previsto no inc. III).

[6] Assim, o CDC prevê que mesmo os direitos decorrentes da integração normativa (decorrentes do preenchimento de uma lacuna normativa, portanto) integram o corpo normativo do CDC. Atenção, porque o CDC prevê uma fonte de integração não prevista na Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro – LINDB. Sabe qual? Veja a redação do art. 4º da LINDB ("Quando a lei for omissa, o juiz decidirá o caso de acordo com a analogia, os costumes e os princípios gerais de direito") e a compare com a parte final do art. 7º do CDC. Notou? Sim, a equidade.

A equidade não é considerada, pela LINDB – e pelas provas de concurso, portanto – como fonte de integração normativa, mas o é pelo CDC. Por isso, muito cuidado com o enunciado da questão da sua prova!

É o caso, por exemplo, de utensílios com fio cortante (facas, serras, espetos etc.), que são *naturalmente perigosos*. A exigência de informação a respeito de sua periculosidade é baixa, pois é evidente ao consumidor que *a faca corta*.

Ao contrário, alguns produtos não têm periculosidade evidenciada por si só, mas sua periculosidade se evidencia pela informação prestada, como é o caso das drogas lícitas (medicamentos, cigarros etc.). A exigência de informação a respeito de sua periculosidade é alta, pois não é evidente ao consumidor não informado que aquele medicamento tem esses ou aqueles efeitos colaterais ou quais são os malefícios do cigarro (se bem que hoje é difícil encontrar alguém que não saiba dos efeitos do cigarro).

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

Associações e órgãos de proteção ao consumidor publicam, no início do ano letivo, listas de materiais escolares e seus respetivos preços. Fazem pesquisas de preço em diversas papelarias para que o consumidor seja informado a respeito das diferenças de preço e possa escolher de modo mais adequado o local de compra.

Muitos serviços gratuitos acabam sendo desconhecidos das pessoas e somente ampla publicidade permite que se tenha conhecimento deles. O Estratégia é um bom exemplo. Já vi muitos materiais que eu produzi aqui, gratuitamente, serem repaginados e vendidos por aí, pelas redes sociais.

Além disso, não pode haver discriminação imotivada dos consumidores. O Estatuto do Idoso e o Estatuto da Pessoa com Deficiência restringem a cobrança de acréscimos pelos serviços ofertados a idosos e pessoas com deficiência.

Evidente que certos serviços podem ser cobrados desigualmente em determinadas situações. É o caso da categorização de clientes por perfil de consumo (cliente *Silver, Gold, Diamond* e *Platinum* de companhia aérea), que permite benefícios extras, ou pelo tipo de compra efetuada (pacote simples e completo). Mas não é possível desigualar a contratação em razão de raça, por exemplo.

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

Essas informações, inclusive, devem ser acessíveis à pessoa com deficiência, observadas as normas regulamentares, prevê o parágrafo único.



É por causa desse dispositivo que a Lei 12.741/2012 exige que os tributos incidentes sejam inseridos na nota fiscal de um produto. Igualmente, a Lei 13.455/2017, ao inserir o art. 5º-A na Lei 10.962/2004, permite que o fornecedor ofereça diferenciação de preços em razão da forma de pagamento (dinheiro, débito, crédito etc.), desde que essa informação fique em local e formato visíveis ao consumidor.

É por causa desse dispositivo que a Lei 11.105/2005 exige que os alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham ou sejam produzidos a partir de OGM – organismos geneticamente modificados, ou transgênicos – ou derivados devem conter informação nesse

sentido em seus rótulos. Também a Lei 13.425/2017, ao exigir que seja divulgada na entrada dos estabelecimentos de comércio ou de serviço a capacidade máxima de pessoas.

> O próprio CDC traz, no art. 54, §3º, que **os contratos de adesão escritos tragam caracteres ostensivos e legíveis,** cujo tamanho da fonte não pode ser inferior ao corpo 12, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. [7] **A informação clara, completa e adequada, portanto, é elemento central nas relações de consumo.**

Também fundamentado nesse direito, o STJ decidiu que o fornecedor de alimentos deve complementar a informação-conteúdo *contém glúten* com a informação-advertência de que o glúten é prejudicial à saúde dos consumidores com doença celíaca. (EREsp 1515895-MS)

Há ainda inúmeros exemplos, mas, sempre, o objetivo é o mesmo, evitar *pegadinhas* ou *letras miúdas* e cláusulas *escondidas* no contrato. As relações consumeristas precisam ser pautadas por *fair play*, pelo jogo limpo, pela boa-fé.

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

As práticas comerciais abusivas estão previstas no art. 39 do CDC, em linhas gerais. **A publicidade enganosa é delito,** previsto no art. 67 do Código, inclusive. Há muitos exemplos na jurisprudência.

O STJ (REsp 1.057.828) entende que se há menção ao pagamento de frete pelo consumidor no rodapé do anúncio, essa não é propaganda abusiva. Do mesmo modo, a ausência de informação relativa ao preço, por si só, não caracteriza publicidade enganosa (REsp 1705278-MA). Para a caracterização da ilegalidade omissiva, a ocultação deve ser de qualidade essencial do produto, do serviço ou de suas reais condições de contratação, considerando, na análise do caso concreto, o público alvo do anúncio publicitário.

Também não é enganosa a propaganda de cigarros com alta glamorização, que era muito comum até 1990, já que a informação sobre os malefícios do cigarro é notória (REsp 1.113.804).



Ao contrário há propaganda abusiva por omissão quando se consome um medicamento de venda livre, mas que causa dependência não indicada na bula (REsp 971.845). É igualmente abusiva a propaganda do *Cogumelo do Sol*, que prometia, depois da utilização durante seis meses, a cura de um câncer devido às suas propriedades terapêuticas e medicinais, que agiriam na parte imunológica do organismo, diminuindo as células cancerígenas (REsp 1.329.556).

Há propaganda enganosa quando montadora de veículos entrega à imprensa especializada informações erradas sobre veículo prestes a ser lançado no mercado, indicando que itens de luxo seriam disponibilizados de série, na versão básica, para estimular a compra antecipada (REsp 1.546.170 – *Caso Hyundai i30*). Publicidade enganosa por omissão caso haja desacordo com a velocidade mínima garantida pelo serviço de internet e aquela efetivamente entregue, em situações normais (REsp 1.540.566 – *Caso NET*).

[7] Cuidado porque o contrato em si precisa ter fonte 12, não o anúncio ou peça publicitária, conforme entendimento do STJ (REsp 1.602.678).

Como você pode ver, são muitas as decisões do STJ a respeito do tema. Isso porque, como diz o ditado popular, *a propaganda é a alma do negócio*. Vender virtudes irreais é algo bastante comum no mercado publicitário. Aqui no Estratégia a gente vê isso com frequência, quando nos deparamos com concorrentes vendendo *milagres* e soluções mágicas para o concurseiro inocente.

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

Este dispositivo traz uma distinção importante entre o Código Civil e o CDC.

O art. 478 do Código Civil assenta a Teoria da imprevisão por onerosidade excessiva. Essa regra traz uma "prestação de uma das partes se tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra, em virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis".

Consegue ver a diferença para o CDC? O Código Civil exige, além da excessiva onerosidade trazida pelo fato superveniente (previsão do art. 6º, inc. V, do CDC), outros dois elementos.



Primeiro, a prestação deve trazer "extrema vantagem para a outra" parte. Segundo, isso deve ocorrer em "virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis". Ou seja, **o CDC exige dois requisitos – (i) excessiva onerosidade trazida e (ii) fato superveniente –,** ao passo que o Código Civil exige quatro requisitos – os dois anteriores, mais (iii) extrema vantagem para a outra parte e (iv) um acontecimento extraordinário e imprevisível.

Assim, é bem mais difícil que um contrato seja revisto pelo art. 478 do Código Civil. Por isso, o art. 6º, inc V, do CDC assenta a Teoria da onerosidade excessiva, sem a *imprevisão* do Código Civil.

Além disso, o art. 479 do Código Civil permite a revisão do contrato apenas de maneira excepcional, sendo que a regra é a resolução (extinção). O CDC, ao contrário, mais adequado à noção contemporânea de contrato, traz como regra a revisão contratual, sequer prevendo a resolução (extinção).

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

Essa norma pretende **ampliar ao máximo a reparação de danos**, incluindo todo tipo de reparação possível ao consumidor, sempre reputado vulnerável.

Vale lembrar que até a primeira metade dos anos 1990 ainda havia uma parte substancial da doutrina e da jurisprudência que torcia o nariz para a indenização por dano moral. Dizia-se que *a dor não se compensa*.

Além disso, o dano coletivo ainda estava engatinhando no Brasil e o CDC foi pioneiro em expressar a possibilidade de indenizar o dano não individual. Não à toa, até hoje, quando se fala em dano moral coletivo, apela-se para o CDC.

Não tardou para que a jurisprudência desse um giro e permitisse, já em 1992, a possibilidade não apenas de indenizar alguém por dano moral, mas também de **cumular o dano material com o dano moral** (Súmula 37 do STJ).

Anos depois, em 2009, o STJ passou a reconhecer uma espécie distinta de dano, o dano estético (Súmula 387). Assim, tecnicamente falando, há danos patrimoniais (ou materiais) e danos extrapatrimoniais. Os danos extrapatrimoniais podem ser **morais ou estéticos**. Todos eles podem ser cumulados, a depender do caso, claro.

Além disso, a Súmula 402 do STJ esclarece que no contrato de seguro por danos pessoais deve estar compreendida também cobertura por danos morais, exceto se houver cláusula expressa de exclusão. O objetivo, claro, sempre trazer efetiva proteção e reparação ao consumidor.

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

A criação dos PROCONs e dos Juizados Especiais Cíveis, bem como o fortalecimento do Ministério Público e da Defensoria Pública foram, em larga medida, executados com vistas à promoção dos direitos 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

Aqui se visualiza a hipossuficiência do consumidor como medida necessária para a inversão do ônus da prova.



A hipossuficiência é relativa e se liga ao direito processual. Não a confunda com a vulnerabilidade, que é absoluta e se liga ao direito material. **Vulneráveis todos os consumidores são** e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada.

A hipossuficiência não se liga a critérios técnicos, econômicos, informacionais ou jurídicos. Especialista ou amador, rico ou pobre, sabedor ou desconhecedor, jurista ou leigo, é possível reconhecer que uma parte é hipossuficiente. Do contrário, pelo fato de alguém ser muito rico impediria o reconhecimento de sua hipossuficiência, automaticamente.

Não é o que acontece. Pode o juiz, no caso, inverter o ônus da prova [8] – ou seja, determinar que quem prova é o fornecedor e não o consumidor – mesmo que a pessoa tenha alto poder aquisitivo.

---

[8] Ônus da prova é, de maneira simples, *quem o Direito manda provar o que se diz em Juízo*. Assim, quando, numa ação, você diz que eu devo e eu digo que já efetuei o pagamento, quem deve provar? Se digo que você é meu genitor e você diz que não é, quem deve provar? Aí entra o ônus da prova.

Muita gente acha que *tem de provar quem diz*, mas isso não resolve muita coisa. Tome o primeiro exemplo que eu dei. Você disse que eu devo, então você tem de provar que eu devo? Mas eu também disse, disse que paguei, então eu tenho de provar que efetuei o pagamento? Veja que a conta não fecha...

Aí se cria o ônus da prova, cuja regra geral está fixada no art. 373, incs. I e II do Código de Processo Civil. De maneira simples, o ônus da prova incumbe ao autor, quanto ao fato constitutivo de seu direito; e ao réu, quanto à existência de fato impeditivo, modificativo ou extintivo do direito do autor.

Assim, se o consumidor alega que o produto não funciona por um defeito de fabricação, a regra do art. 373, inc. I, do Código de Processo Civil determina que ele deveria provar que o defeito é de fabricação, e não de (mau) uso. O que o CDC faz é inverter essa regra, ou seja, eu alego que o defeito é de fabricação e o fornecedor é quem tem de provar que o defeito é de uso, caso seja verificado, pelo juiz, a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência.

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

A aplicação das regras do CDC aos serviços públicos, essenciais ou não, é evidente. O Estado não pode prestar serviços sem qualidade, sob a desculpa de que *não é fornecedor*.

Do contrário, também não pode o consumidor tentar se esconder no caso de inadimplemento dos serviços públicos. **Mesmo nos casos de serviços públicos essenciais, permite-se o corte em caso de não pagamento,** entende o STJ (REsp 1.270.339).



Ah, e não, eu não esqueci do inc. IX do art. 6º. O inc. IX foi simplesmente vetado, pelo que você não precisa se preocupar com ele.

2 – Responsabilidade

Prevê o art. 7º, parágrafo único, que no caso de a violação de direito do consumidor ter mais de um autor, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo. O que isso significa?

Em resumo, que o consumidor vai mirar em todos os ofensores e qualquer um deles pode ser chamado a indenizar. Isso serve para **evitar um expediente muito comum em caso de pluralidade de pessoas que atuam numa mesma situação.** E os exemplos são muitos.

Imagine que você compra um iogurte, come e passa mal, muito mal. Hospitalizado, o médico atesta que o que causou seu problema foi o iogurte. Você processa todo mundo.

O mercado diz que não tem culpa, porque acondiciona os iogurtes em local adequado. A transportadora diz que não tem culpa, porque transporta para diversos estabelecimentos e nunca teve reclamações e que segue as normas. O fabricante de iogurte diz não tem culpa, que tem ISO9001 e prêmio da Noruega e que fabrica milhares de maravilhosos iogurtes.

Aí, o que aconteceria numa ação tradicional? Teríamos de apurar exatamente **de quem foi a culpa**, já que o art. 927 do Código Civil determina que só responde quem tem culpa. Já imaginou que inferno pra você e o seu singelo *iorguti* de ameixa (sinceramente, quem gosta disso)?

Assim, no exemplo que eu dei, você tem de provar que há uma dívida, já que isso é um fato constitutivo (ou seja, que constitui o seu direito). Ao inverso, eu tenho de provar o pagamento, já que isso é um fato impeditivo (ou seja, que impede o seu direito). Se você prova a dívida, com um contrato, por exemplo, e eu não provo que paguei, me lasco, daí a importância de guardar o recibo, sacou?

O CDC acaba com isso, ao dizer: ***todos vocês são responsáveis***. Não importa ao consumidor quem é o culpado, eles que se entendam.

2 – Considerações finais

Chegamos ao final da aula! É uma aula daquelas aulas que você sai quase com mais perguntas que respostas. Isso porque aqui tratei apenas dos primeiros elementos do CDC. É quase como a orelha de capa de um livro; dá pra saber do que o livro trata, mas você ainda não tem ideia do *grand finale* daquela história que promete fortes emoções! =)

Quaisquer dúvidas, sugestões ou críticas entre em contato comigo. Estou disponível no Fórum de Dúvidas do Curso, e-mail e mesmo redes sociais, para assuntos menos sérios.

Aguardo você na próxima aula. Até lá!

Paulo H M Sousa

 prof.phms@estrategiaconcursos.com.br

 prof.phms

 prof.phms

 prof.phms

 Fórum de Dúvidas do Portal do Aluno

QUESTÕES COMENTADAS



Disposições gerais (arts. 1° a 3°)

CEBRASPE

1. (CEBRASPE - Prefeitura de Boa Vista - RR - 2019) A respeito de relações de consumo, de contrato de locação e de registro de imóveis, julgue o item que se segue.

De acordo com o STJ, as instituições bancárias se submetem às regras e aos princípios que regulam as relações consumeristas.

Comentários

A assertiva está **correta**. O art. 3° do CDC assim define 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". Por sua vez, o §2° desse artigo define o que é um serviço: "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". Desse modo o fato de o usuário dispor do bem recebido através da operação bancária, transferindo-o a terceiros, em pagamento de outros bens ou serviços, não o descaracteriza como consumidor final dos serviços prestados pelo banco.

Para não deixar margem de dúvidas, o STJ ainda sumulou o assunto. A Súmula 297 prevê: "O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras". Ainda, o STF esclareceu definitivamente no tema, em 2006, na ADI 2.596 afirmando que em qualquer relação bancária, presentes os requisitos legais, é aplicável o CDC. Logo, não há dúvida de que as instituições financeiras se submetem às regras do CDC. Assim, Os bancos, como prestadores de serviços, estão submetidos às disposições do Código de Defesa do Consumidor, não porque ele seja fornecedor de um produto, mas porque presta um serviço consumido pelo cliente, que é o consumidor final desses serviços, e seus direitos devem ser igualmente protegidos como o de qualquer outro, especialmente porque nas relações bancárias há difusa utilização de contratos de massa e onde, com mais evidência, surge desigualdade de forças e a vulnerabilidade do usuário.

2. (CEBRASPE - SEDF - 2017) Acerca do inadimplemento das obrigações e do Código de Defesa do Consumidor (CDC), julgue o próximo item.

De acordo com o CDC, o que diferencia a figura do consumidor daquela do fornecedor é que o primeiro é toda pessoa física que adquire ou utiliza produtos ou serviços, enquanto que o segundo é toda pessoa jurídica que comercializa ou distribui produtos ou serviços.

Comentários

A assertiva está **incorreta**. Estabelece o art. 2° do CDC que "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final" Por sua vez, o art. 3° define que "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".

Ou seja, o fornecedor também pode ser pessoa física, não se restringindo o conceito a pessoas jurídicas. Além disso, em vista da teoria finalista mitigada, o consumidor também pode ser pessoa jurídica. Segundo ela, se admite a aplicação das normas do CDC, por se enquadrar determinada pessoa no conceito de consumidor, mesmo quando ela não seja a destinatária final do produto ou serviço, apesar de ser consumidora intermediária. Dessa maneira, o consumidor pode ser pessoa física ou jurídica, sendo aquele que adquire ou utiliza o produto ou serviço como destinatário final, ou a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. O fornecedor, também pessoa física ou jurídica, é responsável por desenvolver atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização desses produtos ou prestações de serviços.

FCC

3. (FCC - PROCON-MA - 2017) Sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor, é correto afirmar:

(A) Não há exigência de informação de descontos, pois a proteção da lei visa o abuso de práticas e não concessões em favor dos consumidores.
(B) A utilização de apreçamento por código de barras é permitida pela legislação vigente.
(C) O apreçamento de produtos em vitrines não segue a mesma exigência dos bens expostos à venda no interior das lojas.
(D) Na venda a varejo de produtos fracionados, há necessidade de indicação do preço do conjunto de itens e não do preço do item fracionado.
(E) Há garantia de que o consumidor levará dois produtos pelo preço de um se não encontrar o preço fixado na mercadoria.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O CDC não distingue a presença de descontos ou acréscimos. Toda a informação sobre o preço deve estar claramente prevista. Veja o 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".

O consumidor é tido como o elo mais fraco da cadeia de consumo. Por isso, ele é tratado como vulnerável, assim, toda informação que venha a contribuir ou prejudicar de alguma forma o consumidor deve ser claramente especificada. Sob essa conjuntura, a informação a respeito de descontos também é obrigatória.

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão. Veja a redação do art. 2º da Lei 10.962/2004: "São admitidas as seguintes formas de afixação de preços em vendas a varejo para o consumidor: II – em autosserviços, supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o

consumidor tenha acesso direto ao produto, sem intervenção do comerciante, mediante a impressão ou afixação do preço do produto na embalagem, ou a afixação de código referencial, ou ainda, com a afixação de código de barras". Ou seja, pode haver apreçamento com a utilização de códigos de barras, compridas as normas legais.

O objetivo da afixação de preços nos produtos prevista na Lei é propiciar aos consumidores o conhecimento sobre o valor do bem em caracteres legíveis. Por isso, o fornecedor pode afixar os preços das mercadorias por meio de código de barras.

O entendimento do STJ é "no sentido de que, em casos como o presente e até a entrada em vigor da Lei n. 10.962/04, era exigível a informação acerca dos preços de mercadorias mediante fixação dos mesmos nas embalagens. Entretanto, após a vigência plena do referido diploma normativo, tornou-se possível, nas vendas a varejo, a informação alternativa via afixação do preço ou de código referencial ou de código de barras." (REsp 1188219/RJ, Rel. Ministro MAURO CAMPBELL MARQUES, SEGUNDA TURMA, julgado em 05/08/2010, DJe 25/10/2010).

A **alternativa C** está incorreta. O art. 2º da Lei 10.962/2004 prevê: "São admitidas as seguintes formas de afixação de preços em vendas a varejo para o consumidor: I – no comércio em geral, por meio de etiquetas ou similares afixados diretamente nos bens expostos à venda, e em vitrines, mediante divulgação do preço à vista em caracteres legíveis". Ou seja, o apreçamento em vitrine segue a mesma regra.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 2º-A da Lei 10.962/2004 prevê: "Na venda a varejo de produtos fracionados em pequenas quantidades, o comerciante deverá informar, na etiqueta contendo o preço ou junto aos itens expostos, além do preço do produto à vista, o preço correspondente a uma das seguintes unidades fundamentais de medida: capacidade, massa, volume, comprimento ou área, de acordo com a forma habitual de comercialização de cada tipo de produto".

Ou seja, na venda de produtos fracionados, há necessidade de indicação do preço do conjunto de itens e do preço do item fracionado.

A **alternativa E** está incorreta. Essa regra não existe, o que existe é o art. 5º da Lei 10.962/2004: "No caso de divergência de preços para o mesmo produto entre os sistemas de informação de preços utilizados pelo estabelecimento, o consumidor pagará o menor dentre eles". Logo não há nenhuma garantia de que o consumidor levará dois produtos pelo preço de um se não encontrar o preço fixado na mercadoria.

É certo que o fornecedor deve informar de forma clara e correta o preço do produto. Porém, a falta da informação não permite que o consumidor adquira dois produtos pelo valor de um, mas submete o fornecedor à multa em decorrência da infração.

Bancas sortidas

4. (Instituto Ânima Sociesc - Prefeitura de Jaraguá do Sul - SC - 2020) A Lei Federal nº 8.078/1990 inscreve no artigo 1° que "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". Diante do exposto, assinale a alternativa correta, considerando o artigo 3° e parágrafos desse Código: "toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, ou a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo" denomina-se:

(A) Fornecedor.
(B) Produto.
(C) Consumidor.
(D) Serviço.
(E) Mercado de consumo.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Pois fornecedor, segundo o art. 3º do CDC 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 conceito de fornecedor não restringe a atividade remunerada ou não; ou seja, é irrelevante se o produto ou serviço é disponibilizado ao consumidor de maneira onerosa ou gratuita.

Seja pagando ou grátis, forneceu, é fornecedor! Se compro um fluido de freio para o meu carro e junto com ele vem um odorizador grátis, e se o odorizador causa um dano ao meu carro, aplica-se o CDC. Se vou a uma farmácia e o vendedor passa um protetor solar na minha pele para que eu veja como o produto é bom, e o creme me causa alergia, aplica-se o CDC. Forneceu, aplica-se o CDC.

O critério de restrição é o desempenho da atividade de maneira profissional.

A **alternativa B** está incorreta. O parágrafo primeiro do art. 3º define produto como qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

O produto é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo. Além disso, os produtos são tangíveis, enquanto os serviços são intangíveis.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. A literalidade do dispositivo citado no enunciado corresponde ao conceito de consumidor, que não está no art. 3º, mas no art. 2º do CDC: "Art. 2º. 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.

Podem ser consumidoras (i) as pessoas físicas; (ii) as pessoas jurídicas; (iii) a coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) os entes despersonalizados.

Segundo a Teoria finalista, só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. Para a Teoria maximalista o conceito de consumidor se amplia, aplicando-se ele sempre que a pessoa utiliza o produto ou serviço, seja como consumidor final ou intermediário. A Teoria finalista mitigada admite a aplicação das normas do CDC, por se enquadrar determinada pessoa no conceito de consumidor, mesmo quando ela não seja a destinatária final do produto ou serviço, apesar de ser consumidora intermediária. A base disso é o reconhecimento da vulnerabilidade.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 3º traz o conceito de serviço, porém. O parágrafo segundo diz que 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.

Questão estranha, já que se cita um artigo que se relaciona com o serviço e se reproduz o artigo que se relaciona com o consumidor. Teoricamente, marcar a **alternativa D** estaria correto também... As demais, de toda forma, não se relacionam nem com serviço nem com consumidor. O serviço é um **elemento objetivo da relação jurídica de consumo** e intangíveis.

A **alternativa E** está incorreta. No mercado de consumo se encontram os produtos e serviços disponíveis para consumo.

5. (FUNDEP - Prefeitura de Uberlândia - MG - 2019) De acordo com o Art. 2º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências", é correto afirmar que o consumidor

(A) poderá ser pessoa física ou jurídica que adquire produto como destinatário final.
(B) não poderá ser pessoa jurídica, pois é a pessoa física que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.
(C) deverá ser pessoa física, admitindo ser pessoa jurídica quando for por equiparação e autorizada pelo Poder Judiciário.
(D) não pode ser uma coletividade de pessoas indetermináveis, devendo estar inscrito no cadastro de pessoas físicas.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. Veja o art. 2º do CDC: "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".

O consumidor pode ser considerado ainda as vítimas do fato do produto (art. 17 do CDC) e as pessoas expostas às práticas de consumo (art. 29 do CDC). A doutrina ainda entende que nem pessoa precisa ser, também sendo considerados consumidores também os entes despersonalizados, desde que cumpridos os requisitos legais.

Assim, podem ser consumidoras (i) as pessoas físicas; (ii) as pessoas jurídicas; (iii) a coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) os entes despersonalizados.

A **alternativa B** está incorreta. Podem ser consumidoras as (i) pessoas físicas, as (ii) pessoas jurídicas e a (iii) coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo.

Segundo a Teoria Finalista as pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa seriam sempre consideradas consumidoras. Para a Teoria Finalista Mitigada, o consumidor também pode ser pessoa jurídica. Pois se admite a aplicação das normas do CDC, por se enquadrar determinada pessoa no conceito de consumidor, mesmo quando ela não seja a destinatária final do produto ou serviço, apesar de ser consumidora intermediária. Para a Teoria maximalista não importa se a pessoa é física ou jurídica, se tem finalidade lucrativa ou não.

A **alternativa C** está incorreta. O art. 17 do CDC traz o consumidor por equiparação: "Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento". Não é a pessoa jurídica e nem precisa de autorização do Poder Judiciário.

Ou seja, todos aqueles que não participaram da relação de consumo, não adquiriram qualquer produto ou contrataram serviços, mas sofreram alguma espécie de lesão, merecem a proteção do Código de Defesa do Consumidor como se fossem consumidores, invocando a proteção do mesmo dispositivo legal.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 2º, parágrafo único, permite: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo". Os consumidores equiparados e a coletividade de consumidores são todos aqueles que por mais que não tenham realizado a compra do produto ou serviço diretamente, como em um contrato de compra e venda, ainda sim intervém nas relações de consumo, mesmo que de forma indeterminável, por exemplo, todos aqueles que são atingidos pela veiculação de uma propaganda. Isso porque a propaganda integra o negócio jurídico.

Os consumidores equiparados também podem se encaixar quando são afetados em uma relação de consumo estabelecida, ainda que não tenham contratado diretamente, por exemplo, uma família que reside conjuntamente é igualmente afetada pelos fatores da contratação do fornecimento de energia elétrica, sendo irrelevante que o contrato esteja em nome de apenas um dos membros dessa família.

6. (IDIB - CREMERJ - 2019) Com base na Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), assinale a alternativa correta:

(A) Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto de alguma forma, independentemente de ser destinatário final do mesmo.
(B) Produto 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.
(C) Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.
(D) A pessoa física não pode ser considerada fornecedor de produto ou serviço.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O art. 2° do CDC claramente adota a teoria finalista: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final". A Teoria finalista é a mais restritiva, ela aposta numa interpretação mais estreita dos princípios que regem o CDC, segundo ela, só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. Por isso, o produto ou serviço não pode ser, de maneira alguma, utilizado na atividade profissional.

No caso das pessoas jurídicas – e aqui está a principal diferença entre as teorias –, apenas quando o produto ou serviço não guardasse qualquer relação com a atividade empresarial é que se poderia aplicar o CDC ao caso concreto. As pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa – associações e fundações, por exemplo – seriam sempre consideradas consumidoras, porém.

Para a Teoria maximalista o conceito de consumidor se amplia, aplicando-se ele sempre que a pessoa utiliza o produto ou serviço, seja como consumidor final ou intermediário. Assim, não importa se a pessoa é física

ou jurídica, se tem finalidade lucrativa ou não. Esta teoria não foi aplicada pelo STJ em escala, mas apenas citada em julgados esparsos, não encontrando também muita defesa na maior parte da doutrina.

Para a Teoria finalista mitigada se admite a aplicação das normas do CDC, por se enquadrar determinada pessoa no conceito de consumidor, mesmo quando ela não seja a destinatária final do produto ou serviço, apesar de ser consumidora intermediária. A base disso é o reconhecimento da vulnerabilidade. Portanto, a pessoa jurídica pode ser enquadrada como consumidora desde que comprove sua vulnerabilidade, de acordo com essa corrente, não sendo a condição de pessoa física ou jurídica o fator determinante.

A **alternativa B** está incorreta. O §2° do art. 2º assim define: "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". Já o produto está definido no §1°: "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial". Pegadinha.

Portanto, produto é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e tangível. Além disso é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, como pode-se compreender do parágrafo primeiro do art. 3º. Logo, podem ser bens móveis, os quais abrangem uma ampla possibilidade como carros, motos, sofás, podem ser bens imóveis como apartamentos, terrenos, bens materiais, isto é, corpóreos, de existência física, e os bens imateriais, incorpóreos, como direitos autorais, crédito, vida, saúde, liberdade.

Enquanto serviço, é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e intangível. Assim, a Netflix, por exemplo, é um serviço. Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

Se o caso envolver obrigações tributárias não se aplica o CDC, igualmente, apesar do silêncio da norma. Assim, se você for discutir impostos, taxas ou contribuições, a regra consumerista não se aplica ao caso.

Apesar da clareza solar do art. 3º, §2º, havia muito questionamento a respeito da aplicabilidade do CDC às relações bancárias. O STJ pacificou o tema na Súmula 297: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”. O STF decidiu definitivamente no tema, em 2006, na ADI 2.596. Assim, em qualquer relação bancária, presentes os requisitos legais, é aplicável o CDC.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. O art. 2º, parágrafo único, do CDC traz essa equiparação: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo".

Os consumidores equiparados e a coletividade de consumidores são todos aqueles que por mais que não tenham realizado a compra do produto ou serviço diretamente, como em um contrato de compra e venda, ainda sim intervém nas relações de consumo, mesmo que que forma indeterminável, por exemplo, todos aqueles que são atingidos pela veiculação de uma propaganda. O próprio Código do Consumidor exemplifica o conceito de consumidor por equiparação no 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. ”

A **alternativa D** está incorreta. Fornecedor pode ser pessoa física ou jurídica: "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".

Veja que não há diferença entre pessoas físicas ou jurídicas, entre público e privado, ou entre nacionais e estrangeiras, ainda que seja um ente despersonalizado pode se encaixar no conceito de fornecedor, bastando que atividade desenvolvida seja realizada de maneira profissional.

O CDC, inclusive, não restringe o conceito de fornecedor a atividade remunerada ou não; ou seja, é irrelevante se o produto ou serviço é disponibilizado ao consumidor de maneira onerosa ou gratuita.

Seja pagando ou grátis, forneceu, é fornecedor! Se compro um fluido de freio para o meu carro e junto com ele vem um odorizador grátis, e se o odorizador causa um dano ao meu carro, aplica-se o CDC. Se vou a uma farmácia e o vendedor passa um protetor solar na minha pele para que eu veja como o produto é bom, e o creme me causa alergia, aplica-se o CDC. Forneceu, aplica-se o CDC.

O critério de restrição é o desempenho da atividade de maneira profissional.

7. (Quadrix - CRF-PR - 2019) Com base no Código de Defesa do Consumidor (CDC), assinale a alternativa correta.

(A) Pessoas jurídicas não podem ser enquadradas na condição de consumidoras por faltar-lhes a condição de vulneráveis.
(B) São equiparadas a consumidores as pessoas que intervierem na relação de consumo, desde que determináveis
(C) Entes despersonalizados brasileiros e estrangeiros podem ser enquadrados como consumidores para os fins do CDC.
(D) O produto é sempre bem material, palpável.
(E) Os serviços prestados à contratante em razão de vínculo trabalhista também podem atrair as regras do CDC.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O art. 2° do CDC adota a teoria finalista, sendo irrelevante se o consumidor é pessoa física ou jurídica: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final."

Desse modo, podem ser consumidoras (i) as pessoas físicas; (ii) as pessoas jurídicas; (iii) a coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) os entes despersonalizados.

Sob essa perspectiva para a Teoria finalista só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. No caso das pessoas jurídicas apenas quando o produto ou serviço não guardasse qualquer relação com a atividade empresarial é que se poderia aplicar o CDC ao caso concreto. As pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa – associações e fundações, por exemplo – seriam sempre consideradas consumidoras. O CDC adota essa teoria.

De outro lado, para a Teoria maximalista não importa se a pessoa é física ou jurídica, se tem finalidade lucrativa ou não. Ainda se tem a Teoria finalista mitigada, essa nova vertente da teoria finalista surge após a sua adoção pelo STJ, quando a jurisprudência decidiu que é cabível a aplicação excepcional do CDC a uma

relação jurídica na qual uma pessoa adquire produto ou serviço para o desenvolvimento de uma atividade empresarial, desde que reconhecida a vulnerabilidade dela frente ao fornecedor. As situações concretas, conforme os precedentes do STJ, é que determinarão tais casos.

Ou seja, a definição de consumidor é casuística. Ela depende da comprovação de algum grau de vulnerabilidade da pessoa para que, apesar de ser ela apenas consumidora intermediária, possa ser enquadrada na aplicação do CDC.

A **alternativa B** está incorreta. O art. 2º, parágrafo único, não exige determinação das pessoas: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo".

Os consumidores equiparados e a coletividade de consumidores são todos aqueles que por mais que não tenham realizado a compra do produto ou serviço diretamente, como em um contrato de compra e venda, ainda sim intervém nas relações de consumo, mesmo que que forma indeterminável, por exemplo, todos aqueles que são atingidos pela veiculação de uma propaganda. Isso porque a propaganda integra o negócio jurídico.

Os consumidores equiparados também podem se encaixar quando são afetados em uma relação de consumo estabelecida, ainda que não tenham contratado diretamente, por exemplo, uma família que reside conjuntamente é igualmente afetada pelos fatores da contratação do fornecimento de energia elétrica, sendo irrelevante que o contrato esteja em nome de apenas um dos membros dessa família.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. A base da resposta está no art. 2º do CDC: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final". Mesmo que não expressamente previsto na norma, entes despersonalizados também se enquadram no conceito de consumidor, se forem destinatários finais de produtos ou serviços.

Assim, podem ser consumidoras (i) as pessoas físicas; (ii) as pessoas jurídicas; (iii) a coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) os entes despersonalizados.

Assim, a doutrina ainda entende que nem pessoa precisa ser, também sendo considerados consumidores também os entes despersonalizados, como o condomínio ou a massa falida, desde que cumpridos os requisitos legais. O consumidor é tido como o elo mais fraco da cadeia de consumo. Por isso, ele é tratado como vulnerável, ainda que seja ente despersonalizado.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 3º, §1° define: "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial". Não há tal restrição, portanto.

Produto é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e tangível. Além disso é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, como pode-se compreender do parágrafo primeiro do art. 3º. Logo, podem ser bens móveis, os quais abrangem uma ampla possibilidade como carros, motos, sofás, podem ser bens imóveis como apartamentos, terrenos, bens materiais, isto é, corpóreos, de existência física, e os bens imateriais, incorpóreos, como direitos autorais, crédito, vida, saúde, liberdade.

A **alternativa E** está incorreta. O art. 3º, §2°, define: "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". Relações sujeitas à CLT, portanto, não podem ser submetidas às regras do CDC.

O serviço, é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e intangível. Assim, a Netflix, que você não deve sequer conhecer, se está estudando seriamente para concurso, é um serviço.

Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

As relações de caráter trabalhista são excluídas da incidência do CDC porque a relação de emprego não cumpre os requisitos necessários da relação de consumo nos moldes do CDC.

8. (UFMT - Prefeitura de Rondonópolis - MT - 2019) De acordo com o entendimento do Supremo Tribunal Federal a respeito da aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) aos serviços prestados por instituições financeiras, é correto afirmar:

(A) A sujeição das instituições financeiras ao CDC ocorre sem prejuízo do controle e revisão, pelo Poder Judiciário, com base no Código Civil, de eventual abusividade no custo das operações de crédito.

(B) As normas do CDC devem beneficiar os clientes pessoas físicas das instituições financeiras, mas não se destinam às pessoas jurídicas, pois estas não se enquadram no conceito de “consumidor”.

(C) As instituições financeiras, com exceção daquelas controladas pelo Poder Público, estão alcançadas pela incidência das normas veiculadas pelo CDC.

(D) As normas do CDC são aplicáveis aos serviços de natureza bancária e financeira, mas ficam excluídos de sua incidência os serviços de crédito e de natureza securitária.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. O art. 2º do CDC prevê: "§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". Nesse sentido, o STF: "Ação direta julgada improcedente, afastando-se a exegese que submete às normas do Código de Defesa do Consumidor [Lei n. 8.078/90] a definição do custo das operações ativas e da remuneração das operações passivas praticadas por instituições financeiras no desempenho da intermediação de dinheiro na economia, sem prejuízo do controle, pelo Banco Central do Brasil, e do controle e revisão, pelo Poder Judiciário, nos termos do disposto no Código Civil, em cada caso, de eventual abusividade, onerosidade excessiva ou outras distorções na composição contratual da taxa de juros (ADIN 2.591).

Assim, apesar de serem aplicáveis as normas do CDC aos contratos bancários, a definição do custo das operações é feita pelas regras gerais do Código Civil, pelo que não pode ser considerada abusiva a cobrança de juros elevados para contratação, por si só, por exemplo.

A **alternativa B** está incorreta. O STJ sumulou o assunto. A Súmula 297 prevê: "O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras". Assim, não há dúvida de que as instituições financeiras se submetem às regras do CDC, não havendo distinção entre pessoas físicas e jurídicas consumidoras.

Além disso, segundo o art. 2° do CDC "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final." Dessa maneira, ao analisarmos o dispositivo legal acima

transcrito se torna claro que a pessoa jurídica atuante no mercado de consumo poderá sim ser caracterizada como consumidora.

A **alternativa C** está incorreta. De novo, a Súmula 297 não faz distinção se a instituição financeira é pública ou privada. "Os bancos, como prestadores de serviços especialmente contemplados no artigo 3º, parágrafo segundo, estão submetidos às disposições do Código de Defeso do Consumidor. A circunstância de o usuário dispor do bem recebido através da operação bancária, transferindo-o a terceiros, em pagamento de outros bens ou serviços, não o descaracteriza como consumidor final dos serviços prestados pelo banco." Independente se controladas ou não pelo Poder Público, o CDC se aplica às Instituições Financeiras.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 2º do CDC prevê: "§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". Não há exclusão das relações securitárias ou de crédito.

Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

Apesar da clareza solar do art. 3º, §2º, havia muito questionamento a respeito da aplicabilidade do CDC às relações bancárias. O STJ pacificou o tema na Súmula 297: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”. O STF decidiu definitivamente no tema, em 2006, na ADI 2.596. Assim, em qualquer relação bancária, presentes os requisitos legais, é aplicável o CDC.

9. (VUNESP - Prefeitura de Valinhos - SP - 2019) Sobre o conceito de consumidor, fornecedor, produto e serviço, constantes no Código de Defesa do Consumidor – CDC, é correto afirmar que

(A) consumidor é toda pessoa física, mas não jurídica, que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.
(B) não se equipara a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.
(C) o ente despersonalizado, que desenvolve atividade de produção, é considerado fornecedor.
(D) produto é qualquer coisa fungível ou infungível, desde que móvel.
(E) serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração ou não.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O art. 2° do CDC "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final" não afasta a pessoa jurídica de sua aplicação.

O Código de Defesa do Consumidor adota a Teoria finalista, de modo que só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. No caso das pessoas jurídicas apenas quando o produto ou serviço não guardasse qualquer relação com a atividade empresarial é que se poderia aplicar o CDC ao caso concreto. As pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa – associações e fundações, por exemplo – seriam sempre consideradas consumidoras.

Logo, podem ser consumidoras (i) as pessoas físicas; (ii) as pessoas jurídicas; (iii) a coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) os entes despersonalizados.

A **alternativa B** está incorreta. O art. 2º, parágrafo único, contradiz a assertiva: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo".

Os consumidores equiparados e a coletividade de consumidores são todos aqueles que por mais que não tenham realizado a compra do produto ou serviço diretamente, como em um contrato de compra e venda, ainda sim intervém nas relações de consumo, mesmo que que forma indeterminável, por exemplo, todos aqueles que são atingidos pela veiculação de uma propaganda. Isso porque a propaganda integra o negócio jurídico.

Os consumidores equiparados também podem se encaixar quando são afetados em uma relação de consumo estabelecida, ainda que não tenham contratado diretamente, por exemplo, uma família que reside conjuntamente é igualmente afetada pelos fatores da contratação do fornecimento de energia elétrica, de modo que não importa se o contrato esteja em nome de apenas um dos membros dessa família.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. 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.

O dispositivo legal cita o ente despersonalizado, que não possui personalidade civil nem jurídica. Para o direito consumerista, isso é irrelevante na caracterização da condição de fornecedor. Não há diferença entre pessoas físicas ou jurídicas, entre público e privado, ou entre nacionais e estrangeiras, ainda que seja um ente despersonalizado se encaixa no conceito de fornecedor, bastando que atividade desenvolvida seja realizada de maneira profissional. Exemplos seriam a massa falida, o espólio de comerciantes, ou ainda comércios constituídos a margem da lei, como é o caso dos chamados camelôs.

A **alternativa D** está incorreta. O produto pode também ser imóvel, sem restrição. Vide o art. 3º, §1°: "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial".

Produto é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e tangível. Além disso é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, como pode-se compreender do parágrafo primeiro do art. 3º. Logo, podem ser bens móveis, os quais abrangem uma ampla possibilidade como carros, motos, sofás, podem ser bens imóveis como apartamentos, terrenos, bens materiais, isto é, corpóreos, de existência física, e os bens imateriais, incorpóreos, como direitos autorais, crédito, vida, saúde, liberdade.

A **alternativa E** está incorreta. O serviço precisa ser remunerado para se enquadrar no CDC, em regra. Veja a redação do 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".

Serviço é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e intangível. Assim, a Netflix, que você não deve sequer conhecer, se está estudando seriamente para concurso, é um serviço.

Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

Se o caso envolver obrigações tributárias não se aplica o CDC, igualmente, apesar do silêncio da norma. Assim, se você for discutir impostos, taxas ou contribuições, a regra consumerista não se aplica ao caso.

10. (VUNESP - Prefeitura de Registro - SP - 2018) Laurentina Martinica comprou um par de sapatos para a sua sobrinha. Contudo, ao chegar em sua casa e entregar o presente, verificou-se que um dos sapatos estava sem o solado. Diante desse fato hipotético, assinale a alternativa correta.

(A) Laurentina Martinica não pode ser considerada consumidora, pois não era a destinatária final do calçado.

(B) Se Laurentina comprou o calçado de uma pessoa física, não será amparada pelo Código de Defesa do Consumidor.

(C) Se o defeito do calçado somente fosse percebido pela sua sobrinha, ela não seria amparada pelo direito do consumidor, pois não foi a adquirente da mercadoria.

(D) Tanto Laurentina Martinica, que adquiriu o calçado, como sua sobrinha, que o utilizaria, são consideradas consumidoras e podem ser amparadas pelo Código de Defesa do Consumidor.

(E) Se Laurentina Martinica for pessoa jurídica, não será amparada pelo Código de Defesa do Consumidor.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O fato de ela presentear alguém não significa que ela não é destinatária final do produto, porque esse conceito se liga não a "ficar com a coisa ao final", mas sim a "tirar o produto da circulação comercial", como ocorreu.

O CDC adota a Teoria Finalista que considera como consumidor apenas aqueles que sejam considerados realmente vulneráveis na relação de consumo. Ela aposta numa interpretação mais estreita dos princípios que regem o CDC, segundo ela, só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. Por isso, o produto ou serviço não pode ser, de maneira alguma, utilizado na atividade profissional.

A **alternativa B** está incorreta. O fornecedor pode ser pessoa física, como estabelece o art. 3° do CDC: "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".

Veja que não há diferença entre pessoas físicas ou jurídicas, entre público e privado, ou entre nacionais e estrangeiras, ainda que seja um ente despersonalizado pode se encaixar no conceito de fornecedor, bastando que atividade desenvolvida seja realizada de maneira profissional.

A **alternativa C** está incorreta. Presenteada, a sobrinha também é destinatária final do produto, pois não o colocará de volta na circulação empresarial, conforme o art. 2°: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final".

Para a doutrina finalista (ou subjetiva), consumidor é aquele que retira definitivamente de circulação o produto ou o serviço do mercado. Os defensores da doutrina finalista entendem que a intenção do legislador ao editarem o Código de Defesa do Consumidor foi de tutelar determinado grupo da sociedade mais vulnerável e hipossuficiente.

Veja que nesse caso o consumidor adquire um produto ou utiliza um serviço para suprir uma necessidade ou satisfação eminentemente pessoal ou privada. Ele não o faz para o desenvolvimento de uma outra atividade de cunho empresarial, civil ou econômica.

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão. Segundo o art. 2° "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final". Ambas são consumidoras porque retiraram o produto de circulação e, portanto, são destinatárias finais.

Segundo a doutrina, o destinatário final seria "o destinatário fático do produto, aquele que o retira do mercado e o utiliza, o consome". Para a doutrina finalista (ou subjetiva), consumidor é aquele que retira definitivamente de circulação o produto ou o serviço do mercado.

Ademais, ambas são consideradas vulneráveis perante o fornecedor. Ainda, adquiriram o produto para suprir uma necessidade ou satisfação eminentemente pessoal ou privada. Não para o desenvolvimento de uma outra atividade de cunho empresarial, civil ou econômica.

A **alternativa E** está incorreta. O art. 2º, citado acima, é claro ao abranger também a pessoa jurídica, desde que ela seja a destinatária final do produto.

Visto isso, podem ser consumidoras (i) as pessoas físicas; (ii) as pessoas jurídicas; (iii) a coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) os entes despersonalizados.

O consumidor é tido como o elo mais fraco da cadeia de consumo. Por isso, ele é tratado como vulnerável, ao contrário das partes de um contrato mercantil ou civil, no qual os contratantes estão no mesmo nível, há, em regra, igualdade de tratamento.

A teoria Finalista, adotada pelo CDC, entende que a pessoa jurídica poderá ser considerada consumidora desde que o produto ou serviço que adquira não tenha qualquer conexão com a atividade econômica por ela desenvolvida, ou seja, apenas quando o produto ou serviço não guardar qualquer relação com a atividade empresarial é que se pode aplicar o CDC ao caso concreto. Deste modo, as pessoas jurídicas que não têm intuito de lucro, tais como associações, fundações, entidade religiosas e partidos políticos, serão sempre consideradas consumidoras.

Enquanto para a Teoria maximalista não importa se a pessoa é física ou jurídica, se tem finalidade lucrativa ou não. Pela Teoria finalista mitigada, é cabível a aplicação excepcional do CDC a uma relação jurídica na qual uma pessoa adquire produto ou serviço para o desenvolvimento de uma atividade empresarial, desde que reconhecida a vulnerabilidade dela frente ao fornecedor.

11. (VUNESP - Prefeitura de Campinas - SP - 2019) No que diz respeito ao conceito de consumidor, adotado pelo Código de Defesa do Consumidor, assinale a alternativa correta.

(A) Toda pessoa física que adquire ou utiliza produto, seja lá com que finalidade for, reputa-se como consumidor.

(B) Equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas abusivas.

(C) Toda pessoa jurídica que adquire produto como destinatário intermediário ou final será considerada consumidor.

(D) Eleva-se à consumidor a coletividade de pessoas ou coisas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.
(E) Não se equiparam a consumidores as vítimas do acidente de consumo.

Comentários:

A **alternativa A** está incorreta. Veja o art. 2º do CDC: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final". Necessário que a pessoa seja destinatária final do produto ou serviço para ser considerada consumidor.

O finalismo procura encaixar no conceito de consumidor apenas aqueles que sejam considerados realmente vulneráveis na relação de consumo. Para tal, só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. Por isso, o produto ou serviço não pode ser, de maneira alguma, utilizado na atividade profissional. No caso das pessoas jurídicas – e aqui está a principal diferença entre as teorias –, apenas quando o produto ou serviço não guardasse qualquer relação com a atividade empresarial é que se poderia aplicar o CDC ao caso concreto. As pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa – associações e fundações, por exemplo – seriam sempre consideradas consumidoras.

O maximalismo, por outro lado, é a teoria que procura encaixar no conceito de consumidor um maior número de agentes. Para ela, não importa se a pessoa é física ou jurídica, se tem finalidade lucrativa ou não. Aplicando-se o conceito de consumidor sempre que a pessoa utiliza o produto ou serviço, seja como consumidor final ou intermediário.

Houve também uma interpretação no STJ para se considerar que pequenas empresas ou determinados profissionais liberais poderiam ser considerados consumidores. Para essa teoria, é cabível a aplicação excepcional do CDC a uma relação jurídica na qual uma pessoa adquire produto ou serviço para o desenvolvimento de uma atividade empresarial, desde que reconhecida a vulnerabilidade dela frente ao fornecedor. As situações concretas, conforme os precedentes do STJ, é que determinarão tais casos. Ou seja, a definição de consumidor é casuística. Ela depende da comprovação de algum grau de vulnerabilidade da pessoa para que, apesar de ser ela apenas consumidora intermediária, possa ser enquadrada na aplicação do CDC. É o finalismo aprofundado.

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão. Apesar de são serem inicialmente consumidoras, são equiparadas, na forma do art. 2º, parágrafo único: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo".

Os consumidores equiparados e a coletividade de consumidores são todos aqueles que por mais que não tenham realizado a compra do produto ou serviço diretamente, como em um contrato de compra e venda, ainda sim intervém nas relações de consumo, mesmo que que forma indeterminável, por exemplo, todos aqueles que são atingidos pela veiculação de uma propaganda, pois a propaganda integra o negócio jurídico.

Os consumidores equiparados também podem se encaixar quando são afetados em uma relação de consumo estabelecida, ainda que não tenham contratado diretamente, por exemplo, uma família que reside conjuntamente é igualmente afetada pelos fatores da contratação do fornecimento de energia elétrica, de modo que não importa se o contrato esteja em nome de apenas um dos membros dessa família.

A **alternativa C** está incorreta. Evidentemente, se for destinatária intermediária não pode ser considerada consumidora, exceto nos casos abrangidos pela teoria finalista mitigada, de maneira restrita.

O código adota a doutrina finalista (ou subjetiva), consumidor é aquele que retira definitivamente de circulação o produto ou o serviço do mercado, como destinatário final. Por isso, o produto ou serviço não pode ser, de maneira alguma, utilizado na atividade profissional.

No caso das pessoas jurídicas, apenas quando o produto ou serviço não guardasse qualquer relação com a atividade empresarial é que se poderia aplicar o CDC ao caso concreto. As pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa – associações e fundações, por exemplo – seriam sempre consideradas consumidoras.

Pela Teoria finalista mitigada, é cabível a aplicação excepcional do CDC a uma relação jurídica na qual uma pessoa adquire produto ou serviço para o desenvolvimento de uma atividade empresarial, desde que reconhecida a vulnerabilidade dela frente ao fornecedor. As situações concretas, conforme os precedentes do STJ, é que determinarão tais casos. Ou seja, a definição de consumidor depende da comprovação de algum grau de vulnerabilidade da pessoa para que, apesar de ser ela apenas consumidora intermediária, possa ser enquadrada na aplicação do CDC.

A **alternativa D** está incorreta. Veja o art. 2º, parágrafo único: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo". Não se pode falar em "coletividade de coisas", mas apenas de pessoas.

Assim, podem ser consumidoras (i) as pessoas físicas; (ii) as pessoas jurídicas; (iii) a coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) os entes despersonalizados.

A **alternativa E** está incorreta. O art. 17 assim dispõe: "Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento". Ou seja, as vítimas, ainda que consumidoras não sejam, se equiparam.

Esse artigo que se encontra no capítulo referente à responsabilidade civil pelo fato do produto e do serviço, demonstra que, ainda que o indivíduo não tenha participado da relação de consumo negociando diretamente com o fornecedor, se for vítima de acidente de consumo desse negócio jurídico realizado, é equiparado a consumidor, e recebe as mesmas prerrogativas e tratamentos que CDC oferece ao consumidor, como se assim fosse. É o caso da pessoa que se fere com a explosão de um eletrônico de outrem.

12. (IADES - ARCON-PA - 2018) A Lei Federal no 8.078/1990, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor (CDC), é considerada uma legislação bastante avançada, e 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. Com base nas disposições do CDC, assinale a alternativa correta.

(A) A coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo, não pode ser equiparada como consumidor.
(B) Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.
(C) O bem imaterial não é considerado produto.
(D) As atividades de natureza bancária e securitária estão excluídas da incidência do CDC, pois não são consideradas serviços de consumo e são regulamentadas por leis especiais.
(E) A pessoa jurídica estrangeira não pode ser considerada fornecedora de serviços.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Veja o art. 2º, parágrafo único, do CDC: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo".

Os consumidores equiparados e a coletividade de consumidores são todos aqueles que por mais que não tenham realizado a compra do produto ou serviço diretamente, como em um contrato de compra e venda, ainda sim intervém nas relações de consumo, mesmo que que forma indeterminável, por exemplo, todos aqueles que são atingidos pela veiculação de uma propaganda, pois a propaganda integra o negócio jurídico.

Os consumidores equiparados também podem se encaixar quando são afetados em uma relação de consumo estabelecida, ainda que não tenham contratado diretamente, por exemplo, uma família que reside conjuntamente é igualmente afetada pelos fatores da contratação do fornecimento de energia elétrica, de modo que não importa se o contrato esteja em nome de apenas um dos membros dessa família.

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão. A assertiva tratou da literalidade do art. 2°: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final".

O código adota a teoria finalista (ou subjetiva), consumidor é aquele que retira definitivamente de circulação o produto ou o serviço do mercado, como destinatário final. Essa teoria é a mais restritiva, ela aposta numa interpretação mais estreita dos princípios que regem o CDC, segundo ela, só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. Por isso, o produto ou serviço não pode ser, de maneira alguma, utilizado na atividade profissional.

No caso das pessoas jurídicas apenas quando o produto ou serviço não guardasse qualquer relação com a atividade empresarial é que se poderia aplicar o CDC ao caso concreto. As pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa – associações e fundações, por exemplo – seriam sempre consideradas consumidoras.

A **alternativa C** está incorreta. O art. 3º, §1°, não exclui o nem imaterial do conceito: "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial".

Produto é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e tangível. Além disso é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, como pode-se compreender do parágrafo primeiro do art. 3º. Logo, podem ser bens móveis, os quais abrangem uma ampla possibilidade como carros, motos, sofás, podem ser bens imóveis como apartamentos, terrenos, bens materiais, isto é, corpóreos, de existência física, e os bens imateriais, incorpóreos, como direitos autorais, crédito, vida, saúde, liberdade.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 3º, §2°, traz regra exatamente contrária: "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".

Serviço, é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e intangível. Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

Apesar da clareza solar do art. 3º, §2º, havia muito questionamento a respeito da aplicabilidade do CDC às relações bancárias. O STJ pacificou o tema na Súmula 297: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável

às instituições financeiras". O STF decidiu definitivamente no tema, em 2006, na ADI 2.596. Assim, em qualquer relação bancária, presentes os requisitos legais, é aplicável o CDC.

Se for instituição bancária, portanto, está submetido às disposições do Código de Defesa do Consumidor, porque presta um serviço consumido pelo cliente, que é o consumidor final desses serviços, e seus direitos devem ser igualmente protegidos pelo CDC, como o de qualquer outro, especialmente porque nas relações bancárias há difusa utilização de contratos de massa e onde, com mais evidência, surge desigualdade de forças e a vulnerabilidade do usuário.

A **alternativa E** está incorreta. O art. 3° abrange as pessoas jurídicas nacionais ou estrangeiras: "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". As atividades desenvolvidas pela pessoa precisam ser desenvolvidas profissionalmente para que ela seja enquadrada como fornecedora e o CDC seja aplicável à relação jurídica, independe se nacional ou estrangeira.

13. (INAZ do Pará - CRF-PE - 2018) O Código de Defesa do Consumidor foi criado com objetivo de proteger os direitos dos consumidores, bem como disciplinar as relações jurídicas, bem como os deveres e responsabilidades do fabricante/prestador de serviços com o consumidor. À luz da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), qual das afirmações abaixo está em desacordo com a legislação brasileira?

(A) É considerado serviço qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, exceto as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, e as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

(B) É direito básico do consumidor a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

(C) A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

(D) Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

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

Comentários

A **alternativa A** está incorreta e é o gabarito da questão. O art. 3º, §2°, do CDC traz regra exatamente contrária: "Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista". O próprio Superior Tribunal de Justiça - STJ, por meio da Súmula n° 297, determinou que: "O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras. " Por isso, a afirmação está em desacordo com a legislação brasileira.

Serviço, é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e intangível. Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

Se for instituição bancária, portanto, está submetido às disposições do Código de Defesa do Consumidor, porque presta um serviço consumido pelo cliente, que é o consumidor final desses serviços, e seus direitos devem ser igualmente protegidos pelo CDC, como o de qualquer outro, especialmente porque nas relações bancárias há difusa utilização de contratos de massa e onde, com mais evidência, surge desigualdade de forças e a vulnerabilidade do usuário.

A **alternativa B** está correta. É a literalidade do art. 6º, inc. VI: São direitos básicos do consumidor: a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos".

Essa norma pretende ampliar ao máximo a reparação de danos, incluindo todo tipo de reparação possível ao consumidor, sempre reputado vulnerável. O CDC foi pioneiro em expressar a possibilidade de indenizar o dano não individual. Até hoje, quando se fala em dano moral coletivo, apela-se para o CDC. A jurisprudência passou a permitir a possibilidade não apenas de indenizar alguém por dano moral, mas também de cumular o dano material com o dano moral (Súmula 37 do STJ).

Anos depois, o STJ passou a reconhecer uma espécie distinta de dano, o dano estético (Súmula 387). Assim, tecnicamente falando, há danos patrimoniais (ou materiais) e danos extrapatrimoniais. Os danos extrapatrimoniais podem ser morais ou estéticos. Todos eles podem ser cumulados, a depender do caso.

Além disso, a Súmula 402 do STJ esclarece que no contrato de seguro por danos pessoais deve estar compreendida também cobertura por danos morais, exceto se houver cláusula expressa de exclusão. O objetivo, claro, sempre trazer efetiva proteção e reparação ao consumidor.

A **alternativa C** está correta. Assim prevê o art. 14, §4°: "A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa".

Entende-se por profissional liberal aquele que presta serviços pessoalmente, por conta própria com liberdade de agir, não sujeito a vínculo empregatício e independentemente do seu grau de escolaridade.

Nas relações de consumidores com profissionais liberais, a responsabilidade não é objetiva, ou seja, depende da verificação de culpa do profissional liberal, incumbindo a este, provar em juízo, que não laborou em equívoco, nem agiu com imprudência ou negligência no desempenho de sua atividade.

A **alternativa D** está correta. Trata-se da literalidade do art. 3º, § 1°: "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial".

Produto é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo. Além disso é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, como pode-se compreender do parágrafo primeiro do art. 3º. Logo, podem ser bens móveis, os quais abrangem uma ampla possibilidade como carros, motos, sofás, podem ser bens imóveis como apartamentos, terrenos, bens materiais, isto é, corpóreos, de existência física, e os bens imateriais, incorpóreos, como direitos autorais, crédito, vida, saúde, liberdade.

A **alternativa E** está correta. É a regra transcrita do art. 12: "O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos".

O dispositivo demonstra como o CDC pretende amparar o consumidor diante de suas vulnerabilidades, pois ele não precisa provar o suposto erro que ocasionou o dano por ele conhecido, mas apenas constatar o elemento objetivo (defeito ou vício no produto ou serviço) para que se caracterize o dever de reparação do prejuízo causado. Isso porque a responsabilidade do fornecedor é objetiva, devendo responder ainda que não tenha culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores.

14. (FUMARC - COPASA - 2018) O Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/1990, pode ser aplicado residualmente às relações entre prestadores de serviço público e usuários, mas NÃO se aplica ao seguinte serviço público:

(A) Serviço prestado diretamente por Município no âmbito do Sistema Único de Saúde.
(B) Serviço público de adesão obrigatória, ainda que prestado mediante concessão e remunerado por preço público.
(C) Serviço público prestado mediante delegação legal se a prestadora for empresa pública.
(D) Serviço público regido pela Lei 8.987/1995, uma vez que a referida Lei afasta tal possibilidade.

Comentários

Necessário buscar a assertiva que traz uma situação na qual o CDC é inaplicável. Assim, as assertivas incorretas trazem situações nas quais o CDC se aplica.

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. Essa perspectiva vem de um julgado meio *aleatório* do STJ: "Quando o serviço público é prestado diretamente pelo Estado e custeado por meio de receitas tributárias não se caracteriza uma relação de consumo nem se aplicam as regras do Código de Defesa do Consumidor (REsp 1187456/RJ, Rel. Ministro CASTRO MEIRA, SEGUNDA TURMA, julgado em 16/11/2010, DJe 01/12/2010)".

Dispõe a Lei 8.078 (Código de Defesa do Consumidor):

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.

A relação jurídica existente não se submete ao Código de Defesa do Consumidor. A jurisprudência vem reconhecendo que as regras do CDC devem ser invocadas quando o serviço é remunerado por meio de tarifa ou preço público. Por outro lado, se o caso envolver obrigações tributárias não se aplica o CDC, apesar do silêncio da norma. Assim, se você for discutir impostos, taxas ou contribuições, a regra consumerista não se aplica ao caso.

A **alternativa B** está incorreta, segundo o gabarito. No entanto, o STJ já afastou a aplicação do CDC no DPVAT, o seguro obrigatório de automóveis. Assim, ao que me parece, o item estaria correto ("O CDC NÃO se aplica ao seguinte serviço público"). A assertiva diz, genericamente, que está incorreto reconhecer que "o CDC não

se aplica a serviço público de adesão obrigatória". Eu discordo, já que o seguro DPVAT é um serviço e o STJ diz que a ele não se aplica o CDC.

Veja o julgado: RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE COBRANÇA DE SEGURO OBRIGATÓRIO (DPVAT). OBRIGAÇÃO IMPOSTA POR LEI. AUSÊNCIA DE QUALQUER MARGEM DE DISCRICIONARIEDADE NO TOCANTE AO OFERECIMENTO E ÀS REGRAS DA INDENIZAÇÃO SECURITÁRIA PELAS RESPECTIVAS SEGURADORAS, NÃO HAVENDO SEQUER A OPÇÃO DE CONTRATAÇÃO, TAMPOUCO DE ESCOLHA DO FORNECEDOR E/OU DO PRODUTO PELO SEGURADO. INEXISTÊNCIA DE RELAÇÃO DE CONSUMO. IMPOSSIBILIDADE DE INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA COM BASE NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. RECURSO DESPROVIDO. 1. Diversamente do que se dá no âmbito da contratação de seguro facultativo, as normas protetivas do Código de Defesa do Consumidor não se aplicam ao seguro obrigatório (DPVAT). 1.1. Com efeito, em se tratando de obrigação imposta por lei, na qual não há acordo de vontade entre as partes, tampouco qualquer ingerência das seguradoras componentes do consórcio do seguro DPVAT nas regras atinentes à indenização securitária (extensão do seguro; hipóteses de cobertura; valores correspondentes; dentre outras), além de inexistir sequer a opção de contratação ou escolha do produto ou fornecedor pelo segurado, revela-se ausente relação consumerista na espécie, ainda que se valha das figuras equiparadas de consumidor dispostas na Lei n. 8.078/90. 2. Recurso especial desprovido. (REsp 1635398/PR, Rel. Ministro MARCO AURÉLIO BELLIZZE, TERCEIRA TURMA, julgado em 17/10/2017, DJe 23/10/2017)".

O Tribunal de origem concluiu que a relação existente entre os autores e a seguradora não é de consumo, pois "o DPVAT é uma forma de seguro obrigatório, de caráter social, que visa ressarcir, nos limites da Lei 6.194/74, as vítimas de acidentes envolvendo veículos automotores de vias terrestres. Sua adesão é compulsória, decorre de imposição legal, e não da autonomia da vontade das partes". Dessa forma, "a seguradora responsável pelo pagamento da indenização securitária não pode ser considerada como fornecedora de produto ou serviço, uma vez que sua obrigação existe em razão da lei, e não de um negócio jurídico bilateral (contrato de seguro). Pelo mesmo motivo, tampouco se enquadra no conceito de 'destinatário final' aquele que paga o prêmio ou a vítima do acidente".

A **alternativa C** está incorreta. Ao julgar o cabimento da cobrança de tarifa mínima de água, o STJ entendeu que é aplicável o CDC, mas que tal tarifa pode ser cobrada: " PROCESSUAL CIVIL. ADMINISTRATIVO. RECURSO ESPECIAL. SERVIÇO PÚBLICO. FORNECIMENTO DE ÁGUA. POLÍTICA TARIFÁRIA. TARIFA PROGRESSIVA. LEGITIMIDADE (LEI 6.528/78, ART. 4º; LEI 8.987/95, ART. 13). DOUTRINA. PRECEDENTES. PROVIMENTO. 1. O faturamento do serviço de fornecimento de água com base na tarifa progressiva, de acordo com as categorias de usuários e as faixas de consumo, é legítimo e atende ao interesse público, porquanto estimula o uso racional dos recursos hídricos. Interpretação dos arts. 4º, da Lei 6.528/78, e 13 da Lei 8.987/95. 2. "A política de tarifação dos serviços públicos concedidos, prevista na CF (art. 175), foi estabelecida pela Lei 8.987/95, com escalonamento na tarifação, de modo a pagar menos pelo serviço o consumidor com menor gasto, em nome da política das ações afirmativas, devidamente chanceladas pelo Judiciário (precedentes desta Corte)" (REsp 485.842/RS, Rel. Min. Eliana Calmon, DJ de 24.5.2004). 3. Recurso especial provido, para se reconhecer a legalidade da cobrança do serviço de fornecimento de água com base na tarifa progressiva e para julgar improcedente o pedido. (REsp 861.661/RJ, Rel. Ministra DENISE ARRUDA, PRIMEIRA TURMA, julgado em 13/11/2007, DJ 10/12/2007, p. 304) ".

A Lei n. 8.987/1995, que trata, especificamente, do regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos autoriza a cobrança do serviço de fornecimento de água, de forma escalonada (tarifa progressiva), de acordo com o consumo. Cuida-se de norma especial que não destoa do art. 39, inciso I, do CDC que, em regra, proíbe ao fornecedor condicionar o fornecimento de produtos ou serviços a limites

quantitativos. Tal vedação não é absoluta, pois o legislador, no mesmo dispositivo, afasta essa proibição quando houver justa causa.

A **alternativa D** está incorreta. É lícito ao vendedor de energia elétrica cortar o fornecimento deste bem, quando o consumidor deixa de pagar o respectivo preço? O STJ fixou o entendimento de que o CDC se aplica aos casos de serviço público regido pela Lei 8.987/1995, mas que isso não impede o corte de energia elétrica do consumidor: "ADMINISTRATIVO - ENERGIA ELÉTRICA - CORTE - FALTA DE PAGAMENTO - É lícito à concessionária interromper o fornecimento de energia elétrica, se, após aviso prévio, o consumidor de energia elétrica permanecer inadimplente no pagamento da respectiva conta (L.8.987/95, Art. 6º, § 3º, II). (REsp 363.943/MG, Rel. Ministro HUMBERTO GOMES DE BARROS, PRIMEIRA SEÇÃO, julgado em 10/12/2003, DJ 01/03/2004, p. 119)".

15. (FGV - Banestes - 2018) Quanto aos sujeitos da relação de consumo, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, analise as afirmativas a seguir.

I. Equipara-se a consumidor apenas a coletividade determinável de pessoas que haja intervindo nas relações de consumo.

II. Empregador e empregado são sujeitos da relação de consumo, porque qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as decorrentes das relações de caráter trabalhista, é considerada como serviço.

III. Os entes despersonalizados que desenvolvem atividade de produção, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços são reputados fornecedores.

Está correto o que se afirma em:

(A) somente I;
(B) somente III;
(C) somente I e II;
(D) somente II e III;
(E) I, II e III.

Comentários

O **item I** está incorreto. O art. 2º, parágrafo único, do CDC não exige determinabilidade da coletividade: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo".

Essa norma traz a ideia de consumidor por equiparação, sendo que determinados grupos – ou mesmo a indeterminação de uma coletividade de consumidores como um todo – ganham proteção jurídica.

O **item II** está incorreto. O art. 3º, §2° deixa claro que o CDC não se aplica a relações trabalhistas: "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".

Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

As relações de caráter trabalhista são excluídas da incidência do CDC porque a relação de emprego não cumpre os requisitos necessários da relação de consumo nos moldes do CDC.

O **item III** está correto. Veja o 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". Apesar da omissão legal, a doutrina entende que mesmo os entes despersonalizados são também consumidores.

O dispositivo legal também cita o ente despersonalizado, que não possui personalidade civil nem jurídica. Ainda que seja um ente despersonalizado pode se encaixar no conceito de fornecedor, bastando que atividade desenvolvida seja realizada de maneira profissional. Exemplos seriam a massa falida, o espólio de comerciantes, ou ainda comércios constituídos a margem da lei, como é o caso dos chamados camelôs.

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão.

16. (FADESP - BANPARÁ - 2018) Com base na legislação que trata da proteção do consumidor, é correto afirmar que

(A) consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.
(B) somente um indivíduo, e não um coletivo, pode ser considerado como consumidor em face da característica unitarista da legislação vigente.
(C) apenas a pessoa jurídica privada de origem nacional que desenvolve atividade de produção, montagem ou criação de produtos pode ser considerada como fornecedor.
(D) produto é todo e qualquer bem imóvel e material disponível a relações de comercialização e mercado.
(E) serviço é a atividade desenvolvida em espaços exclusivos de venda e compra, à exceção das atividades de natureza bancária, financeira, de crédito ou securitária.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. É a literalidade do art. 2° do CDC: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final".

O código adota a doutrina finalista (ou subjetiva), de modo que só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. Por isso, o produto ou serviço não pode ser, de maneira alguma, utilizado na atividade profissional.

No caso das pessoas jurídicas apenas quando o produto ou serviço não guardasse qualquer relação com a atividade empresarial é que se poderia aplicar o CDC ao caso concreto. As pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa – associações e fundações, por exemplo – seriam sempre consideradas consumidoras.

A **alternativa B** está incorreta. O art. 2º, parágrafo único, não exige individualidade, permitindo também a coletividade: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo".

Os consumidores equiparados e a coletividade de consumidores são todos aqueles que por mais que não tenham realizado a compra do produto ou serviço diretamente, como em um contrato de compra e venda, ainda sim intervém nas relações de consumo, mesmo que que forma indeterminável, por exemplo, todos aqueles que são atingidos pela veiculação de uma propaganda, pois a propaganda integra o negócio jurídico.

Os consumidores equiparados também se enquadram quando são afetados em uma relação de consumo estabelecida, ainda que não tenham contratado diretamente, por exemplo, uma família que reside conjuntamente é igualmente afetada pelos fatores da contratação do fornecimento de energia elétrica, de modo que não importa se o contrato esteja em nome de apenas um dos membros dessa família.

A **alternativa C** está incorreta. Veja o 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".

As atividades desenvolvidas pela pessoa precisam ser desenvolvidas profissionalmente para que ela seja enquadrada como fornecedora e o CDC seja aplicável à relação jurídica. Veja que o conceito de fornecedor é bastante amplo, não sendo apenas a pessoa jurídica privada de origem nacional.

A **alternativa D** está incorreta. Trata-se de aplicação equivocada do art. 3º, § 1°: "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial".

Produto é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo. Além disso é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, como pode-se compreender do parágrafo primeiro do art. 3º. Logo, podem ser bens móveis, os quais abrangem uma ampla possibilidade como carros, motos, sofás, podem ser bens imóveis como apartamentos, terrenos, bens materiais, isto é, corpóreos, de existência física, e os bens imateriais, incorpóreos, como direitos autorais, crédito, vida, saúde, liberdade.

A **alternativa E** está incorreta. Ort. 3º, §2° deixa claro que o CDC se aplica a atividades de natureza bancária, financeira, de crédito ou securitária: "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".

Serviço é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e intangível. Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

Apesar da clareza solar do art. 3º, §2º, havia muito questionamento a respeito da aplicabilidade do CDC às relações bancárias. O STJ pacificou o tema na Súmula 297: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”. O STF decidiu definitivamente no tema, em 2006, na ADI 2.596. Assim, em qualquer relação bancária, presentes os requisitos legais, é aplicável o CDC.

17. (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

A **alternativa A** está incorreta. O art. 2º, parágrafo único, é claro ao inverso: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, **ainda que indetermináveis**, que haja intervindo nas relações de consumo".

O art. 2º, parágrafo único, do CDC não exige determinabilidade da coletividade. Essa norma traz a ideia de consumidor por equiparação, sendo que determinados grupos – ou mesmo a indeterminação de uma coletividade de consumidores como um todo – ganham a proteção jurídica do CDC do mesmo modo.

A **alternativa B** está incorreta. Veja o 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".

Veja que não há diferença entre pessoas físicas ou jurídicas, entre público e privado, ou entre nacionais e estrangeiras, ainda que seja um ente despersonalizado se encaixa no conceito de fornecedor, bastando que atividade desenvolvida seja realizada de maneira profissional. Exemplos seriam a massa falida, o espólio de comerciantes, ou ainda comércios constituídos a margem da lei, como é o caso dos chamados camelôs.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. É a literalidade do art. 3º, §1°: "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial".

Portanto, produto é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo. Além disso é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, como pode-se compreender do parágrafo primeiro do art. 3º. Logo, podem ser bens móveis, os quais abrangem uma ampla possibilidade como carros, motos, sofás, podem ser bens imóveis como apartamentos, terrenos, bens materiais, isto é, corpóreos, de existência física, e os bens imateriais, incorpóreos, como direitos autorais, crédito, vida, saúde, liberdade.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 3º, §2°, não excepciona as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária: "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".

Serviço é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e intangível. Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

Apesar da clareza solar do art. 3º, §2º, havia muito questionamento a respeito da aplicabilidade do CDC às relações bancárias. O STJ pacificou o tema na Súmula 297: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”. O STF decidiu definitivamente no tema, em 2006, na ADI 2.596. Assim, em qualquer relação bancária, presentes os requisitos legais, é aplicável o CDC, especialmente porque nas relações bancárias há difusa utilização de contratos de massa e onde, com mais evidência, surge desigualdade de forças e a vulnerabilidade do usuário.

A **alternativa E** está incorreta. O art. 22 traz regra ao inverso, na parte final: "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"

Cabe ao Estado realizar os serviços públicos de forma adequada, eficiente, segura, e quanto aos serviços essenciais como energia elétrica, de forma contínua. Ou então, cabe à iniciativa privada, por meio dos instrumentos jurídicos como as concessionárias, permissionárias e demais formas de empreendimento, a realização desses serviços para satisfazer as necessidades gerais.

A continuidade, nada mais é do que a necessidade de certas atividades não sofrerem nenhuma interrupção, para não prejudicar os interesses dos usuários dessas atividades. Pois, endente-se que o Poder Público visa satisfazer aquilo que é primordial ao bem comum da população, por isso deve realizar seus serviços de forma contínua, pois sua paralisação total, ou ainda que parcial, poderá causar diversos danos a esses usuários.

18. (INAZ do Pará - CFF - 2017) O Código de Proteção do Consumidor (Lei n° 8.078/1990), em sua parte inicial, define alguns conceitos, dentre eles é correto afirmar que:

(A) Equipara-se 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, exceto os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

(C) Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

(D) Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, sempre de natureza material.

(E) Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, inclusive as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O art. 2º, parágrafo único, é claro ao inverso: "Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, **ainda que indetermináveis**, que haja intervindo nas relações de consumo".

Os consumidores equiparados e a coletividade de consumidores são todos aqueles que por mais que não tenham realizado a compra do produto ou serviço diretamente, como em um contrato de compra e venda, ainda sim intervém nas relações de consumo, mesmo que que forma indeterminável, por exemplo, todos aqueles que são atingidos pela veiculação de uma propaganda, pois a propaganda integra o negócio jurídico.

Os consumidores equiparados também podem se encaixar quando são afetados em uma relação de consumo estabelecida, ainda que não tenham contratado diretamente, por exemplo, uma família que reside conjuntamente é igualmente afetada pelos fatores da contratação do fornecimento de energia elétrica, de modo que não importa se o contrato esteja em nome de apenas um dos membros dessa família.

A **alternativa B** está incorreta. Veja o 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".

Veja que não há diferença entre pessoas físicas ou jurídicas, entre público e privado, ou entre nacionais e estrangeiras, ainda que seja um ente despersonalizado se encaixa no conceito de fornecedor, bastando que atividade desenvolvida seja realizada de maneira profissional. Exemplos seriam a massa falida, o espólio de comerciantes, ou ainda comércios constituídos a margem da lei, como é o caso dos chamados camelôs.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. É a literalidade do art. 2° do CDC: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final".

Podem ser consumidoras (i) as pessoas físicas; (ii) as pessoas jurídicas; (iii) a coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) os entes despersonalizados.

O código adota a doutrina finalista (ou subjetiva), que aposta numa interpretação mais estreita dos princípios que regem o CDC, segundo ela, só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. Por isso, o produto ou serviço não pode ser, de maneira alguma, utilizado na atividade profissional.

No caso das pessoas jurídicas apenas quando o produto ou serviço não guardasse qualquer relação com a atividade empresarial é que se poderia aplicar o CDC ao caso concreto. As pessoas jurídicas sem finalidade lucrativa – associações e fundações, por exemplo – seriam sempre consideradas consumidoras.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 3º, §1°, não excepciona a imaterialidade do produto: "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial".

Produto é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo. Além disso é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, como pode-se compreender do parágrafo primeiro do art. 3º. Logo, podem ser bens móveis, os quais abrangem uma ampla possibilidade como carros, motos, sofás, podem ser bens imóveis como apartamentos, terrenos, bens materiais, isto é, corpóreos, de existência física, e os bens imateriais, incorpóreos, como direitos autorais, crédito, vida, saúde, liberdade.

A **alternativa E** está incorreta. O art. 3º, §2°, excepciona as de natureza trabalhista: "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".

Serviço, é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e intangível. Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

As relações de caráter trabalhista são excluídas da incidência do CDC porque a relação de emprego não cumpre os requisitos necessários da relação de consumo nos moldes do CDC.

Política Nacional de Relações de Consumo (arts. 4° a 5°)

FCC

19. (FCC - PROCON-MA - 2017) Aquele que impõe o dever de o fornecedor informar de modo adequado o consumidor, suprindo assim todas as informações tidas essenciais para o melhor aperfeiçoamento da relação de consumo, garantindo inclusive a livre escolha do consumidor de contratar o fornecedor traduz o princípio da

(A) transparência.
(B) vulnerabilidade.
(C) boa-fé objetiva.
(D) proteção.
(E) informação.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. Veja o que prevê o art. 4º do CDC: "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".

Por sua vez, o 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". Assim, quando se fala no " dever de o fornecedor informar de modo adequado o consumidor, suprindo assim todas as informações tidas essenciais para o melhor aperfeiçoamento da relação de consumo, garantindo inclusive a livre escolha do consumidor de contratar" é evidente que se trata do princípio da transparência.

O princípio da transparência, não é sobre corromper a verdade sobre o produto ou serviço. O fornecedor deve transmitir ao consumidor em potencial todas as informações indispensáveis à decisão de consumir ou não o fornecimento, de forma transparente, como dispõe o art. 4º. Para que o consumidor tenha liberdade de escolha e não tenha seu direito viciado, ele deve receber todas as informações sobre o produto, de forma clara e adequada, sem a omissão dos aspectos negativos, tendo em vista de sua posição de vulnerabilidade perante o fornecedor. Se o consumidor não receber todas as informações necessárias poderá estar sendo comprometida a veracidade de sua escolha, que foi feita sem toda a ciência.

A **alternativa B** está incorreta. A vulnerabilidade é a expressão consumerista para os princípios constitucionais da proporcionalidade e da igualdade. Como é sabido, o princípio da igualdade deve ser visto não apenas em sua perspectiva formal, mas também material. Por isso, há de se tratar os iguais igualmente e os desiguais, desigualmente, na medida de suas desigualdades. Em outras palavras, não se pode fazer uma tábua rasa e achar que todos são realmente iguais; as desigualdades precisam ser equalizadas, de modo que todos sejam realmente iguais.

O consumidor é vulnerável tecnicamente, economicamente, informacionalmente e juridicamente.

Tecnicamente porque o consumidor não conhece em detalhes o produto ou serviço. Economicamente porque, em geral, o poderio econômico do fornecedor é maior do que o do consumidor. Informacionalmente

porque a informação é detida pelo fornecedor e não pelo consumidor. Juridicamente porque, em geral, o conhecimento, porte e assessoramento jurídicos do fornecedor é melhor do que o do consumidor.

A vulnerabilidade do consumidor é absoluta e se liga ao direito material.

A **alternativa C** está incorreta. A boa-fé traz o *fair play*, o jogo limpo nas relações, sem conexão inicial direta com a informação.

O princípio da boa-fé demonstra a necessidade de se haver veracidade nas palavras e ser fiel ao que se combinou na relação de consumo, sem abusar da confiança e ser desleal ao negócio jurídico realizado. É como se fosse uma regra de conduta do direito consumerista.

A **alternativa D** está incorreta. A ação do governo deve ser pautada pela defesa do consumidor. Isso pode ser feito de quatro formas: 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

Aqui se vê uma tentativa do CDC de mesclar o intervencionismo estatal com o livre mercado. Compreende-se que a proteção do consumidor nunca será eficiente se houver liberalismo extremo (laissez faire, laissez passer) ou intervencionismo ditatorial (o Estado sou eu). O Estado deve regular as relações consumeristas e atuar diretamente de maneira pontual.

A **alternativa E** está incorreta. O princípio da informação está no art. 6º, inc. III: "São direitos do consumidor 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".

É por causa desse dispositivo que a Lei 12.741/2012 exige que os tributos incidentes sejam inseridos na nota fiscal de um produto. Igualmente, a Lei 13.455/2017, ao inserir o art. 5º-A na Lei 10.962/2004, permite que o fornecedor ofereça diferenciação de preços em razão da forma de pagamento (dinheiro, débito, crédito etc.), desde que essa informação fique em local e formato visíveis ao consumidor.

Antigamente, as bulas de remédio vinham com letras ridiculamente pequenas e com muitos termos técnicos médicos (a tal da cefaleia, ao invés da boa e velha dor de cabeça). Isso impedia que o consumidor conseguisse ler e compreender o medicamento. A informação estava lá, mas apresentado de um jeito fática e educacionalmente ruim.

O próprio CDC traz, no art. 54, §3º, que os contratos de adesão escritos tragam caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. A informação clara, completa e adequada, portanto, é elemento central nas relações de consumo.

Bancas sortidas

20. (VUNESP - Prefeitura de São Bernardo do Campo - SP - 2018) Nos termos do Código de Defesa do Consumidor, a Política Nacional das Relações de Consumo se rege pelo seguinte princípio, dentre outros:
(A) racionalização e melhoria dos serviços públicos.
(B) ação governamental no sentido de proteger o fornecedor e o consumidor, garantindo assim o equilíbrio do mercado de consumo.

(C) coibição e repressão da utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas, que possam causar prejuízos aos consumidores e fornecedores.
(D) ação governamental no sentido de proteger efetivamente o mercado de consumo.
(E) estudo constante das modificações do mercado de produção.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. É a literalidade do 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) **VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos".**

O art. 3º do CDC estabelece que fornecedor é toda pessoa, física ou jurídica, pública ou privada, do que se conclui a possibilidade do serviço público se submeter às regras do Direito do Consumidor. O inciso VII do art. 4º do CDC citado acima, complementa essa afirmação.

O dispositivo diz respeito da inclusão das pessoas jurídicas de direito público no rol de fornecedores. Os serviços públicos são também enquadrados no conceito de consumo e atraem a aplicação do CDC.

Já o art. 37, §6º, da Constituição Federal de 1988 previa a responsabilidade civil objetiva das pessoas jurídicas de direito público e das pessoas jurídicas de direito privado prestadoras de serviços públicos. O CDC frisa, mais uma vez, a responsabilização do Estado pelos serviços públicos prestados.

A **alternativa B** está incorreta. Atente para o 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: II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor". Veja que não há menção ao fornecedor.

A ação governamental, acima citada, visa proteger 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.

Compete ao Estado não somente editar eis, mas intervir de forma efetiva, direta ou indireta, no mercado de consumo a fim de assegura direitos do consumidor.

A **alternativa C** está incorreta. Atente para o 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: 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". Veja, novamente, que não há menção ao fornecedor.

A ordem constitucional é pautada na livre iniciativa e no livre mercado (art. 170 da Constituição Federal), corolários do sistema de trocas capitalista. No entanto, não se pode permitir um capitalismo selvagem, sem controle. Práticas concorrenciais desleais e violação de propriedade autoral, intelectual e industrial são proibidas, pois geram prejuízo indireto ao consumidor. É o caso de produtos falsificados e/ou pirateados, que não trazem o mesmo nível de segurança exigido aos produtos originais.

O mesmo vale para a prática do dumping, que até parece positiva, num primeiro momento. É a prática de baixar extraordinariamente os preços de seus produtos (daí parecer bom), de modo a quebrar a concorrência; quando os concorrentes quebram, aumenta-se o valor do produto (aí vem a parte ruim). Essa é uma prática desleal no mercado de consumo. Por isso, temos o Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), incumbido da prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica, e o INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), responsável pelo registro e concessão de marcas, patentes, desenho industrial, transferência de tecnologia, indicação geográfica, programa de computador e topografia de circuito integrado.

A **alternativa D** está incorreta. De novo, a ação governamental prevista no art. 4º é de proteção do consumidor, não do mercado de consumo ou do fornecedor.

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.

A **alternativa E** está incorreta. Atente para o 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".

A normatização não pode se tornar ultrapassada, devendo ser atualizada de acordo com as mudanças e desenvolvimentos da sociedade. As normas da ABNT, por exemplo – sejam as mais explícitas desse princípio. O mercado automotivo é modelo.

Veículos de 50 anos atrás eram feitos de metal não deformante, sem cintos de segurança ou encosto de cabeça. Acidentes automobilísticos em velocidade mais alta tinham altíssima taxa de letalidade. Bateu, morreu.

Hoje, milagrosamente, muitas pessoas sobrevivem a acidentes em alta velocidade. Não é milagre, é a atualização das exigências automotivas: habitáculo com proteção com barra reforçada, metal deformante, para-choque em altura mais baixa, cintos de três pontos, airbags, encosto de cabeça, entre tantas outras inovações.

Antigamente, era comum que as editoras enviassem um boleto com uma nova edição de uma revista mensal, automaticamente renovando a assinatura. Essa prática não existia com os livros. O legislador e o julgador precisaram se atualizar, proibindo essa prática abusiva (prática que nem existe mais, porque ninguém mais assina revista física).

21. (FGV - AL-RO - 2018) As alternativas a seguir apresentam instrumentos do poder público para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, à exceção de uma. Assinale-a.

(A) Manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente.
(B) Instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público.
(C) Criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo.
(D) Criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo.
(E) Proibição da criação e desenvolvimento de Associações de Defesa do Consumidor.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O art. 5° prevê tal instrumento: "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".

Com esse dispositivo nota-se que foi aumentado sensivelmente o espectro de cabimento da assistência judicial gratuita, de modo a permitir que o consumidor litigue sem tanta preocupação econômica. Esse inciso vai de encontro com o princípio do acesso à justiça, para aquele consumidor que não tem condições de assumir os custos referente ao processo ainda possa ter seus direitos como consumidor tutelados, podendo contar com os advogados públicos em Defensorias Públicas.

O consumidor é o elo mais fraco da cadeia de consumo, o mais vulnerável, inclusive economicamente, portanto, se não pudesse ingressar com uma ação em busca dos seus direitos por fatores econômicos, estaria em sentido oposto de tudo aquilo que o CDC visa proteger. Ainda existem os Juizados Especiais que é gratuito para atender a causas de menor valor econômico.

A **alternativa B** está incorreta. O art. 5° prevê tal instrumento: "Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros: II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público".

O inciso dispõe acerca de um instrumento material que é a maior atuação do Ministério Público, por meio das promotorias de defesa do consumidor. Assim, tutela os direitos dos mais vulneráveis da relação de consumo, defendendo os interesses difusos, coletivos, individuais, como em práticas consideradas abusivas, cláusulas que contrariem a boa-fé, produtos que podem causar algum dano ao consumidor, publicidade enganosa, e demais produtos ou serviços do mercado de consumo que contrariem aquilo que CDC visa proteger.

A **alternativa C** está incorreta. O art. 5° prevê tal instrumento: "Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros: III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo".

Também considerado um instrumento material, a atuação da Polícia, com as delegacias de repressão a delitos de consumo é responsável pela apuração de infrações às relações de consumo. Na maioria dos estados encontra-se uma Delegacia do Consumidor responsável pelo atendimento das vítimas dessas infrações.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 5° prevê tal instrumento: "Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros: IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo".

A criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas é um instrumento processual que visa solucionar os conflitos da relação de consumo, de maneira mais rápida e simples às pessoas. A Lei 9.090/95 criou os Juizados Especiais existentes atualmente em várias cidades do país, para a resolução dos litígios de forma mais célere, também os conflitos envolvendo as relações de consumo.

Antigamente eles se chamavam de Juizados de Pequenas Causas, conforme a Lei 7.244/1984. Desde a Lei 9.099/1995, porém, se chamam Juizados Especiais Cíveis. Curiosamente, apesar de a lei antiga ter vigorado por uma década apenas e a lei nova viger há muito mais tempo, muita gente ainda chama os JECs de Pequenas Causas. O grande foco da lei nova é a facilitação do procedimento, mais simples e rápido, e sua gratuidade, para atender a causas de menor valor econômico.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão. O art. 5° prevê tal instrumento, e não o proíbe, ao contrário do que quer fazer crer a assertiva: "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".

As associações de defesa do consumidor são um instrumento material para tutelar os direitos dos consumidores que são considerados o elo mais fraco da cadeia de consumo. A mais famosa dessas associações é o IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Fundado em 1987 tem por missão orientar, conscientizar, defender a ética nas relações de consumo e lutar pelos direitos dos consumidores. O IDEC manejou diversas ações judiciais que se tornaram casos simbólicos. Outros exemplos de associações de defesa do consumidor são: a Proteste (faz testes nos produtos com reclamação no site), a Abre (associação brasileira de embalagem), Apadec (associação paulista em defesa do consumidor).

22. (FGV - AL-RO - 2018) Sobre os princípios norteadores da Política Nacional das Relações de Consumo, analise as afirmativas a seguir.

I. Educar e informar os fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

II. Incentivar a criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, com exclusão de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo.

III. Coibir e reprimir todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e a utilização indevida de inventos e criações industriais que possam causar prejuízos aos consumidores.

Está correto o que se afirma em

(A) I, somente.
(B) II, somente.
(C) I e III, somente.
(D) II e III, somente.
(E) I, II e III.

Comentários

O **item I** está correto. Esse princípio está previsto no 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: IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo".

O consumidor é o elo mais fraco da cadeia de consumo, por isso é mais vulnerável e pode não perceber ou não conhecer os riscos de determinado produto ou serviço. Logo, para que a relação de consumo ocorra de forma harmonizada, deve existir a educação e a compreensão da informação tanto para o consumidor, como para o fornecedor, como diz o inciso, pois ele também pode contribuir para a melhoria do mercado de consumo.

Antigamente, as bulas de remédio vinham com letras ridiculamente pequenas e com muitos termos técnicos médicos (a tal da cefaleia, ao invés da boa e velha dor de cabeça). Isso impedia que o consumidor conseguisse ler e compreender o medicamento. A informação estava lá, mas apresentado de um jeito fática e educacionalmente ruim.

Hoje, você já observa a presença de placas amarelas em grandes estabelecimentos com a inscrição “cuidado, piso escorregadio” para alertar o consumidor a respeito da presença e água e de potenciais quedas. Há pisos nos quais fica difícil visualizar a água, pelo que o consumidor precisa ser informado do risco.

O **item II** está incorreto. Esse princípio está previsto no art. 4º, mas não estão excluídos dele os mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo: "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".

Criam-se desde simples SACs – serviços de atendimento ao consumidor – aos PROCONs. Os SACs são regulados pelo Decreto Federal 6.523/2008, ao passo que os PROCONs são regulados por decretos estaduais. Destaco o art. 3º do Decreto 6.523/2008, que prevê que as ligações para o SAC serão gratuitas e o atendimento das solicitações e demandas não deve resultar em qualquer ônus para o consumidor. Além disso, o SAC deve garantir ao consumidor, no primeiro menu eletrônico, as opções de contato com o atendente, de reclamação e de cancelamento de contratos e serviços (art. 4º).

São medidas que forçam os fornecedores a dar soluções adequadas aos conflitos de consumo, sem que seja necessário recorrer, sempre, ao Poder Judiciário. De toda forma, o consumidor pode, se quiser, recorrer sempre ao Poder Judiciário, por força da inafastabilidade da jurisdição (art. 5º, inc. XXXV da Constituição Federal).

O **item III** está correto. Esse princípio também está previsto no 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: 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".

A ordem constitucional é pautada na livre iniciativa e no livre mercado (art. 170 da Constituição Federal), corolários do sistema de trocas capitalista. No entanto, não se pode permitir um capitalismo selvagem, sem controle. Práticas concorrenciais desleais e violação de propriedade autoral, intelectual e industrial são proibidas, pois geram prejuízo indireto ao consumidor. É o caso de produtos falsificados e/ou pirateados, que não trazem o mesmo nível de segurança exigido aos produtos originais.

O mesmo vale para a prática do dumping, que até parece positiva, num primeiro momento. É a prática de baixar extraordinariamente os preços de seus produtos (daí parecer bom), de modo a quebrar a concorrência; quando os concorrentes quebram, aumenta-se o valor do produto (aí vem a parte ruim). Essa é uma prática desleal no mercado de consumo. Por isso, temos o Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), visa a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica, e o INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), responsável pelo registro e concessão de marcas, patentes, desenho industrial, transferência de tecnologia, indicação geográfica, programa de computador e topografia de circuito integrado.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão.

23. (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

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. Trata-se da literalidade do art. 4º, caput, do CDC: "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". Atente porque o caput trata desses objetivos, ao passo que os incisos tratam dos princípios!

O art. 4ª, do CDC demonstra o intuito que o Código visa transmitir, destacando-se o objetivo de se ter uma relação de consumo de forma harmônica e transparente, além de tutelar os interesses dos mais vulneráveis da cadeia de consumo: os consumidores. Logo, não só define a necessidade de proteção da dignidade, saúde, segurança e proteção econômica dos consumidores, mas também a atuação dos fornecedores, que devem agir com boa-fé e de forma transparente, para se buscar equilíbrio e igualdade nas relações de consumo.

A **alternativa B** está incorreta. O art. 4º, inc. I ("reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo"), trata de um princípio da Política Nacional das Relações de Consumo, e não de um objetivo.

A vulnerabilidade é a expressão consumerista para os princípios constitucionais da proporcionalidade e da igualdade. Como é sabido, o princípio da igualdade deve ser visto não apenas em sua perspectiva formal, mas também material.

Por isso, há de se tratar os iguais igualmente e os desiguais, desigualmente, na medida de suas desigualdades. Em outras palavras, não se pode fazer uma tábua rasa e achar que todos são realmente iguais; as desigualdades precisam ser equalizadas, de modo que todos sejam realmente iguais.

O consumidor é vulnerável tecnicamente, economicamente, informacionalmente e juridicamente.

Tecnicamente porque o consumidor não conhece em detalhes o produto ou serviço. Economicamente porque, em geral, o poderio econômico do fornecedor é maior do que o do consumidor. Informacionalmente porque a informação é detida pelo fornecedor e não pelo consumidor. Juridicamente porque, em geral, o conhecimento, porte e assessoramento jurídicos do fornecedor é melhor do que o do consumidor.

A vulnerabilidade do consumidor é absoluta e se liga ao direito material.

A **alternativa C** está incorreta. O art. 4º, inc. 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"), trata de um princípio da Política Nacional das Relações de Consumo, e não de um objetivo.

As relações consumeristas se pautam pelo desequilíbrio natural (consumidor fraco e fornecedor forte), pelo que o CDC deve harmonizar esses desequilíbrios, permitindo que a ordem econômica proteja os interesses de ambas as partes.

Talvez um exemplo interessante seja a necessidade de novos veículos virem com equipamentos de segurança (freios ABS e airbags) de fábrica, exigência essa que era excessiva há algumas décadas, diante da realidade nacional.

A **alternativa D** está incorreta. O art. 4º, inc. 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 "), trata de um princípio da Política Nacional das Relações de Consumo, e não de um objetivo.

Criam-se desde simples SACs – serviços de atendimento ao consumidor – aos PROCONs. Os SACs são regulados pelo Decreto Federal 6.523/2008, ao passo que os PROCONs são regulados por decretos estaduais. Destaco o art. 3º do Decreto 6.523/2008, que prevê que as ligações para o SAC serão gratuitas e o atendimento das solicitações e demandas não deve resultar em qualquer ônus para o consumidor. Além disso, o SAC deve garantir ao consumidor, no primeiro menu eletrônico, as opções de contato com o atendente, de reclamação e de cancelamento de contratos e serviços (art. 4º).

São medidas que forçam os fornecedores a dar soluções adequadas aos conflitos de consumo, sem que seja necessário recorrer, sempre, ao Poder Judiciário. De toda forma, o consumidor pode, se quiser, recorrer sempre ao Poder Judiciário, por força da inafastabilidade da jurisdição (art. 5º, inc. XXXV da Constituição Federal).

A **alternativa E** está incorreta. O art. 4º, inc. 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"), e o inc. VII ("racionalização e melhoria dos serviços públicos");tratam-se de princípios da Política Nacional das Relações de Consumo, e não de um objetivo.

As relações consumeristas se pautam pelo desequilíbrio natural (consumidor fraco e fornecedor forte), pelo que o CDC deve harmonizar esses desequilíbrios, permitindo que a ordem econômica proteja os interesses de ambas as partes, como se vê no inc. III citado acima.

O inc. VII destaca que os serviços públicos são também enquadrados no conceito de consumo e atraem a aplicação do CDC. Veja que, o art. 37, §6º, da Constituição Federal de 1988 previa a responsabilidade civil objetiva das pessoas jurídicas de direito público e das pessoas jurídicas de direito privado prestadoras de serviços públicos (maiores detalhes a respeito competem ao Direito Administrativo). O CDC frisa, mais uma vez, a responsabilização do Estado pelos serviços públicos prestados.

24. (INAZ do Pará - CFF - 2017) É princípio específico aplicável às relações de consumo:
(A) Estabilidade Contratual.
(B) In dubio pro reo.
(C) Imutabilidade Contratual.
(D) Boa fé contratual e extracontratual.
(E) Predominância do interesse individual.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Existe o princípio do equilíbrio contratual, mas não da estabilidade. Isso porque o mercado de consumo é naturalmente instável e muda constantemente. O equilíbrio contratual pretende evitar que haja abuso de uma das partes contra a outra, apenas.

A teoria da imprevisão foi adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, que ergueu o princípio do equilíbrio contratual a princípio da relação de consumo, ao prever, em seu art. 6º, inciso V, ser direito do consumidor “a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas”.

O CDC exige dois requisitos para que um contrato seja revisto: a excessiva onerosidade trazida e fato superveniente. Assim, é bem mais difícil que um contrato seja revisto pelo art. 478 do Código Civil do que pelo CDC. Pois o art. 6º, inc V, do CDC assenta a Teoria da onerosidade excessiva, sem a imprevisão do Código Civil, para garantir maior proteção ao consumidor.

Além disso, o art. 479 do Código Civil permite a revisão do contrato apenas de maneira excepcional, sendo que a regra é a resolução (extinção). O CDC, ao contrário, mais adequado à noção contemporânea de contrato, traz como regra a revisão contratual, sequer prevendo a resolução (extinção).

A **alternativa B** está incorreta. Esse é um princípio do Direito Penal, *na dúvida em favor do réu*, sem qualquer conexão com o CDC, em regra, mas apenas na parte dos crimes nas relações de consumo, de maneira limitada.

No âmbito do Direito do Consumidor, existe a norma de equidade in dubio pro misero. Na dúvida, julga-se a favor do economicamente hipossuficiente, que é o consumidor. O Código de Defesa do Consumidor veio amparar a parte mais fraca nas relações jurídicas.

Como exemplo temos que "Nos contratos de adesão, as cláusulas devem ser interpretadas em favor do consumidor" (Apelação Cível nº 116.910-0, Juiz Baía Borges, Diário do Judiciário-MG, 25.06.1992). Ademais, "Interpretam-se em favor do segurado as cláusulas contratuais cuja redação seja obscura e imprecisa, de modo a dificultar sua compreensão, posicionamento que encontra amparo nos arts. 46 e 47 da Lei 8.078/90 "(Apelação Cível nº 218.819-8, juiz Carreira Machado, Diário do Judiciário-MG, 21.09.1996".

A **alternativa C** está incorreta. Esse princípio simplesmente não existe.

O dinamismo presente nas relações entre consumidores e fornecedores não é compatível com a imutabilidade contratual. Considerando a necessidade de segurança jurídica, nota-se a importância de um contrato ser revisado somente após a análise de determinados requisitos, que são: a excessiva onerosidade trazida e fato superveniente, sem a imprevisibilidade do Código Civil, para garantir maior proteção ao consumidor.

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão. O princípio da boa-fé objetiva se aplica tanto na fase contratual quando na fase extracontratual, que abrange as fases pré-contratuais e pós-contratuais.

Como o consumidor é o elo mais fraco da cadeia de consumo, para que exista harmonia na relação de consumo, deve existir cooperação, respeito e fidelidade nas relações contratuais e extracontratuais entre as partes, devendo o fornecedor agir com lealdade e boa-fé, considerando que o consumidor é vulnerável informacionalmente, economicamente, juridicamente e tecnicamente. As relações consumeristas se pautam pelo desequilíbrio natural (consumidor fraco e fornecedor forte), pelo que o CDC deve harmonizar esses desequilíbrios, permitindo que a ordem econômica proteja os interesses de ambas as partes.

Dessa maneira, o CDC impõe boa-fé nas relações contratuais e extracontratuais como um princípio geral e linha de interpretação para as demais normas de defesa do consumidor.

Nesse mesmo sentido, o artigo 51, XV do Código de Defesa do Consumidor diz serem abusivas as cláusulas que “estejam em desacordo com o sistema de proteção do consumidor”, dentro do qual se insere tal princípio por expressa disposição do artigo 4º, caput e inciso III.

A **alternativa E** está incorreta. A função social do contrato é princípio geral, que determina o predomínio dos interesses sociais em detrimento dos interesses individuais, sem que estes sejam desvirtuados. Não há que se falar em predominância do interesse individual, portanto.

O Código de Defesa do Consumidor visa atender o caminho traçado pela Constituição em vários momentos: quando em busca da paz social dispensa tratamento desigual aos desiguais, quando considera suas normas de ordem pública e de interesse social, quando enumera os direitos básicos, quando coloca o Estado na dianteira para proteção do consumidor e quando reconhece o desequilíbrio entre as partes na celebração de um contrato.

O princípio da igualdade é um exemplo de busca da garantia dos interesses sociais, pois deve ser visto não apenas em sua perspectiva formal, mas também material. Há de se tratar os iguais igualmente e os desiguais, desigualmente, na medida de suas desigualdades. Não se pode fazer uma tábua rasa e achar que todos são realmente iguais; as desigualdades precisam ser equalizadas, de modo que todos sejam realmente iguais.

Direitos básicos do consumidor (arts. 6° a 7°)

FCC

25. (FCC - PROCON-MA - 2017) Considera-se direito básico do consumidor:

(A) a facilitação da defesa do consumidor em juízo, garantindo, a qualquer público, gratuidade da Justiça.
(B) a célere prestação dos serviços públicos em geral.
(C) a prevenção contra danos difusos, sempre que for possível alguma lesão a consumidor específico.
(D) a divulgação no produto sobre sua periculosidade em, no mínimo, duas línguas, sendo uma necessariamente a do país onde se coloca à venda o produto.
(E) a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Veja o que prevê o art. 5º do CDC: " 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". Ou seja, a alternativa trata de um instrumento da Política Nacional das Relações de Consumo e não de um direito básico do consumidor.

Com esse dispositivo nota-se que foi aumentado sensivelmente o espectro de cabimento da assistência judicial gratuita, de modo a permitir que o consumidor litigue sem tanta preocupação econômica. Esse inciso vai de encontro com o princípio do acesso à justiça, para aquele consumidor que não tem condições de assumir os custos referente ao processo ainda possa ter seus direitos como consumidor tutelados, podendo contar com os advogados públicos em Defensorias Públicas.

O consumidor é o elo mais fraco da cadeia de consumo, o mais vulnerável, inclusive economicamente, portanto, se não pudesse ingressar com uma ação em busca dos seus direitos por fatores econômicos, estaria em sentido oposto de tudo aquilo que o CDC visa proteger. Ainda existem os Juizados Especiais que é gratuito para atender a causas de menor valor econômico.

A **alternativa B** está incorreta. Veja o que prevê o art. 6º do CDC: "São direitos básicos do consumidor: X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral". Assim, a prestação dos serviços públicos se pauta pela adequação e eficácia, não celeridade.

A aplicação das regras do CDC aos serviços públicos, essenciais ou não, é evidente. O Estado não pode prestar serviços sem qualidade, sob a desculpa de que não é fornecedor.

Do contrário, também não pode o consumidor tentar se esconder no caso de inadimplemento dos serviços públicos. Mesmo nos casos de serviços públicos essenciais, permite-se o corte em caso de não pagamento, entende o STJ (REsp 1.270.339).

A **alternativa C** está incorreta. Veja o que prevê o art. 6º do CDC: "São direitos básicos do consumidor: VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos". A prevenção se dá independentemente de lesão a um consumidor específico. Além disso, difusos são interesses transindividuais, como se vê pelo art. 81: "A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato".

O inciso VI do art. 6º pretende ampliar ao máximo a reparação de danos, incluindo todo tipo de reparação possível ao consumidor, sempre reputado vulnerável. O CDC foi pioneiro em expressar a possibilidade de indenizar o dano não individual. Até hoje, quando se fala em dano moral coletivo, apela-se para o CDC. A jurisprudência passou a permitir a possibilidade não apenas de indenizar alguém por dano moral, mas também de cumular o dano material com o dano moral (Súmula 37 do STJ).

Anos depois, o STJ passou a reconhecer uma espécie distinta de dano, o dano estético (Súmula 387). Assim, tecnicamente falando, há danos patrimoniais (ou materiais) e danos extrapatrimoniais. Os danos extrapatrimoniais podem ser morais ou estéticos. Todos eles podem ser cumulados, a depender do caso.

Além disso, a Súmula 402 do STJ esclarece que no contrato de seguro por danos pessoais deve estar compreendida também cobertura por danos morais, exceto se houver cláusula expressa de exclusão. O objetivo, claro, sempre trazer efetiva proteção e reparação ao consumidor.

A **alternativa D** está incorreta. Veja o que prevê o art. 31 do CDC: "A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores". Não há previsão bilíngue em momento algum.

O dispositivo demonstra novamente a necessidade de transparência e informação dos produtos e serviços disponíveis no mercado de consumo, de forma que os consumidores possam ter uma compreensão clara e precisa inclusive acerca dos riscos que apresentem para que não tenha sua liberdade de escolha viciada, conhecendo todas as informações das características do objeto de consumo.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão. Veja o que prevê o art. 6º do CDC: "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".

O art. 478 do Código Civil assenta a Teoria da imprevisão por onerosidade excessiva. Essa regra traz uma "prestação de uma das partes se tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra, em virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis". O art. 6º, inc V, do CDC assenta a Teoria da onerosidade excessiva, sem a imprevisão do Código Civil.

Ou seja, o CDC exige dois requisitos – (i) excessiva onerosidade trazida e (ii) fato superveniente –, ao passo que o Código Civil exige quatro requisitos – os dois anteriores, mais (iii) extrema vantagem para a outra parte e (iv) um acontecimento extraordinário e imprevisível.

Além disso, o art. 479 do Código Civil permite a revisão do contrato apenas de maneira excepcional, sendo que a regra é a resolução (extinção). O CDC, ao contrário, mais adequado à noção contemporânea de contrato, traz como regra a revisão contratual, sequer prevendo a resolução (extinção).

Bancas sortidas

26. (Instituto Ânima Sociesc - Prefeitura de Jaraguá do Sul - SC - 2020) Perante o artigo 6° do Código de Defesa do Consumidor, são direitos básicos do consumidor, EXCETO:

(A) A educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.
(B) A instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público.
(C) 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.
(D) 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.
(E) 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.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Esse é um direito básico previsto no 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".

Associações e órgãos de proteção ao consumidor publicam, no início do ano letivo, listas de materiais escolares e seus respetivos preços. Fazem pesquisas de preço em diversas papelarias para que o consumidor seja informado a respeito das diferenças de preço e possa escolher de modo mais adequado o local de compra.

Muitos serviços gratuitos acabam sendo desconhecidos das pessoas e somente ampla publicidade permite que se tenha conhecimento deles. O Estratégia é um bom exemplo. Já vi muitos materiais que eu produzi aqui, gratuitamente, serem repaginados e vendidos por aí, pelas redes sociais.

Além disso, não pode haver discriminação imotivada dos consumidores. O Estatuto do Idoso e o Estatuto da Pessoa com Deficiência restringem a cobrança de acréscimos pelos serviços ofertados a idosos e pessoas com deficiência. Ademais, não é possível desigualar a contratação em razão de raça, por exemplo.

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão. De acordo com o art. 5º, as Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor são instrumento de execução da Política Nacional das Relações de Consumo, e não um direito básico do consumidor: "Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros: II. instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público".

O inciso dispõe acerca de um instrumento material que é a maior atuação do Ministério Público, por meio das promotorias de defesa do consumidor. Assim, tutela os direitos dos mais vulneráveis da relação de consumo, defendendo os interesses difusos, coletivos, individuais, como em práticas consideradas abusivas, cláusulas que contrariem a boa-fé, produtos que podem causar algum dano ao consumidor, publicidade enganosa, e demais produtos ou serviços do mercado de consumo que contrariem aquilo que CDC visa proteger.

A **alternativa C** está incorreta. Esse é um direito básico previsto no 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 e preço, bem como sobre os riscos que apresentem".

É por causa desse dispositivo que a Lei 12.741/2012 exige que os tributos incidentes sejam inseridos na nota fiscal de um produto. Igualmente, a Lei 13.455/2017, ao inserir o art. 5º-A na Lei 10.962/2004, permite que o fornecedor ofereça diferenciação de preços em razão da forma de pagamento (dinheiro, débito, crédito etc.), desde que essa informação fique em local e formato visíveis ao consumidor.

É por causa desse dispositivo que a Lei 11.105/2005 exige que os alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham ou sejam produzidos a partir de OGM – organismos geneticamente modificados, ou transgênicos – ou derivados devem conter informação nesse sentido em seus rótulos. Também a Lei 13.425/2017, ao exigir que seja divulgada na entrada dos estabelecimentos de comércio ou de serviço a capacidade máxima de pessoas.

O próprio CDC traz, no art. 54, §3º, que os contratos de adesão escritos tragam caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não pode ser inferior ao corpo 12, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. A informação clara, completa e adequada, portanto, é elemento central nas relações de consumo.

Também fundamentado nesse direito, o STJ decidiu que o fornecedor de alimentos deve complementar a informação-conteúdo contém glúten com a informação-advertência de que o glúten é prejudicial à saúde dos consumidores com doença celíaca. (EREsp 1515895-MS)

A **alternativa D** está incorreta. Esse é um direito básico previsto no 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". As práticas comerciais abusivas estão previstas no art. 39 do CDC, em linhas gerais. A publicidade enganosa é delito, previsto no art. 67 do Código, inclusive. Há muitos exemplos na jurisprudência.

O STJ (REsp 1.057.828) entende que se há menção ao pagamento de frete pelo consumidor no rodapé do anúncio, essa não é propaganda abusiva. Do mesmo modo, a ausência de informação relativa ao preço, por si só, não caracteriza publicidade enganosa (REsp 1705278-MA). Para a caracterização da ilegalidade

omissiva, a ocultação deve ser de qualidade essencial do produto, do serviço ou de suas reais condições de contratação, considerando, na análise do caso concreto, o público alvo do anúncio publicitário

Há propaganda abusiva por omissão quando se consome um medicamento de venda livre, mas que causa dependência não indicada na bula (REsp 971.845). É igualmente abusiva a propaganda do Cogumelo do Sol, que prometia, depois da utilização durante seis meses, a cura de um câncer devido às suas propriedades terapêuticas e medicinais, que agiriam na parte imunológica do organismo, diminuindo as células cancerígenas (REsp 1.329.556).

São muitas as decisões do STJ a respeito do tema. Isso porque, como diz o ditado popular, a propaganda é a alma do negócio. Vender virtudes irreais é algo bastante comum no mercado publicitário. Aqui no Estratégia a gente vê isso com frequência, quando nos deparamos com concorrentes vendendo milagres e soluções mágicas para o concurseiro inocente.

A **alternativa E** está incorreta. Esse é um direito básico previsto no art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: 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".

A criação dos PROCONs e dos Juizados Especiais Cíveis, bem como o fortalecimento do Ministério Público, foram, em larga medida, executados com vistas à promoção dos direitos do consumidor. Ademais, para assegurar o princípio do acesso à justiça, com o intuito de relatar algum vício ou defeito do produto ou serviço utilizado pelo consumidor, existe ainda as Defensorias Públicas ou Procuradorias de Assistência Judiciária, para atender aqueles que não possuem condições econômicas para defenderem seus direitos como consumidores, e, portanto, a parte mais vulnerável da relação de consumo.

27. (FUNDEP - Prefeitura de Uberlândia - MG - 2019) O fiscal de defesa do consumidor, para executar as tarefas de fiscalização do cumprimento do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, deve ter pleno conhecimento dos direitos básicos do consumidor. Entre tais direitos, não está incluído(a) o(a)

(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.

(B) modificação das cláusulas contratuais escritas que estabeleçam prestações onerosas ou sua revisão em razão de fatos concomitantes que as tornem excessivamente desproporcionais.

(C) efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

(D) 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.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Esse é um direito básico previsto no 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".

As práticas comerciais abusivas estão previstas no art. 39 do CDC, em linhas gerais. A publicidade enganosa é delito, previsto no art. 67 do Código: "Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva. Pena Detenção de três meses a um ano e multa."

O STJ (REsp 1.057.828) entende que se há menção ao pagamento de frete pelo consumidor no rodapé do anúncio, essa não é propaganda abusiva. Do mesmo modo, a ausência de informação relativa ao preço, por si só, não caracteriza publicidade enganosa (REsp 1705278-MA). Para a caracterização da ilegalidade omissiva, a ocultação deve ser de qualidade essencial do produto, do serviço ou de suas reais condições de contratação, considerando, na análise do caso concreto, o público alvo do anúncio publicitário.

É um exemplo de abusiva a propaganda do *Cogumelo do Sol*, que prometia, depois da utilização durante seis meses, a cura de um câncer devido às suas propriedades terapêuticas e medicinais, que agiriam na parte imunológica do organismo, diminuindo as células cancerígenas (REsp 1.329.556).

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão. Esse não é um direito básico previsto no art. 6º, porque as prestações se tornam excessivamente onerosas em razão de fatos supervenientes e não concomitantes: 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". A teoria da onerosidade excessiva exige que o elemento oneroso em excesso ocorra depois da contratação, e não ao mesmo tempo que ela.

Este dispositivo traz uma distinção importante entre o Código Civil e o CDC. O art. 478 do Código Civil assenta a Teoria da imprevisão por onerosidade excessiva. Essa regra traz uma "prestação de uma das partes se tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra, em virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis". Assim, o Código Civil exige, além da excessiva onerosidade trazida pelo fato superveniente (previsão do art. 6º, inc. V, do CDC), outros dois elementos. Primeiro, a prestação deve trazer "extrema vantagem para a outra" parte. Segundo, isso deve ocorrer em "virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis".

Ou seja, o CDC exige dois requisitos: excessiva onerosidade trazida e fato superveniente, ao passo que o Código Civil exige quatro requisitos: os dois anteriores, mais: extrema vantagem para a outra parte e um acontecimento extraordinário e imprevisível. Assim, é bem mais difícil que um contrato seja revisto pelo art. 478 do Código Civil. Por isso, o art. 6º, inc V, do CDC assenta a Teoria da onerosidade excessiva, sem a imprevisão do Código Civil, para garantir maior proteção ao consumidor.

A **alternativa C** está incorreta. Esse é um direito básico previsto no art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos".

Essa norma pretende ampliar ao máximo a reparação de danos, incluindo todo tipo de reparação possível ao consumidor, sempre reputado vulnerável.

A jurisprudência passou a permitir a possibilidade não apenas de indenizar alguém por dano moral, mas também de cumular o dano material com o dano moral (Súmula 37 do STJ).

Ainda, o STJ passou a reconhecer uma espécie distinta de dano, o dano estético (Súmula 387). Assim, tecnicamente falando, há danos patrimoniais (ou materiais) e danos extrapatrimoniais. Os danos extrapatrimoniais podem ser morais ou estéticos. Todos eles podem ser cumulados, a depender do caso, claro.

Além disso, a Súmula 402 do STJ esclarece que no contrato de seguro por danos pessoais deve estar compreendida também cobertura por danos morais, exceto se houver cláusula expressa de exclusão. O objetivo, claro, sempre trazer efetiva proteção e reparação ao consumidor.

A **alternativa D** está incorreta. Esse é um direito básico previsto no art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: 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".

A criação dos PROCONs e dos Juizados Especiais Cíveis, bem como o fortalecimento do Ministério Público, foram, em larga medida, executados com vistas à promoção dos direitos do consumidor. Ademais, para assegurar o princípio do acesso à justiça, com o intuito de relatar algum vício ou defeito do produto ou serviço utilizado pelo consumidor, existe ainda as Defensorias Públicas ou Procuradorias de Assistência Judiciária, para atender aqueles que não possuem condições econômicas para defenderem seus direitos como consumidores, e, portanto, a parte mais vulnerável da relação de consumo.

28. (Quadrix - COREN-RS - 2018) No tocante às relações de consumo, assinale a alternativa incorreta.

(A) Aqueles que, muito embora não tenham participado diretamente da relação de consumo, sejam atingidos na qualidade de vítimas de evento danoso decorrente dessa relação são considerados como consumidores por equiparação e estão protegidos pelas normas consumeristas.

(B) A concessionária que presta serviços públicos essenciais, tais como serviços de esgoto e energia elétrica, é considerada como fornecedora e está submetida às normas de proteção ao consumidor.

(C) As relações entre os consumidores e as instituições financeiras são regidas pelo Código de Defesa do Consumidor.

(D) O agricultor ou produtor agrícola que compre adubo para utilizar em sua atividade produtiva, por ausência do requisito da vulnerabilidade e por não ser considerado como o destinatário final, não é equiparado a consumidor.

(E) Somente há responsabilidade civil por fato do produto ou serviço quando houver defeito e se isso for a causa dos danos sofridos pelo consumidor.

Comentários

A **alternativa A** está correta. O art. 17 trata justamente da equiparação ao consumidor da vítima do evento: "Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento".

Esse artigo que se encontra no capítulo referente à responsabilidade civil pelo fato do produto e do serviço, demonstra que, ainda que o indivíduo não tenha participado da relação de consumo negociando diretamente com o fornecedor, se for vítima de acidente de consumo desse negócio jurídico realizado, é equiparado a consumidor, e recebe as mesmas prerrogativas e tratamentos que CDC oferece ao consumidor, como se assim fosse. É o caso da pessoa que se fere com a explosão de um eletrônico de outrem.

A **alternativa B** está correta. O STJ fixou o entendimento de que o CDC se aplica aos casos de serviço público essencial de energia elétrica, mas que isso não impede o corte de energia elétrica do consumidor: "ADMINISTRATIVO - ENERGIA ELÉTRICA - CORTE - FALTA DE PAGAMENTO - É lícito à concessionária interromper o fornecimento de energia elétrica, se, após aviso prévio, o consumidor de energia elétrica permanecer inadimplente no pagamento da respectiva conta (L.8.987/95, Art. 6º, § 3º, II). (REsp 363.943/MG, Rel. Ministro HUMBERTO GOMES DE BARROS, PRIMEIRA SEÇÃO, julgado em 10/12/2003, DJ 01/03/2004, p. 119)".

Há expressa previsão normativa no sentido da possibilidade de suspensão do fornecimento de energia elétrica ao usuário que deixa de efetuar a contraprestação ajustada, mesmo quando se tratar de consumidor que preste serviço público (art. 6º, 3º, da Lei nº 8.987/95 e art. 17 da Lei nº 9.427/96).

Pode a empresa concessionária suspender o fornecimento de energia elétrica em face de atraso no pagamento de conta pelo usuário, porém deve fazê-lo mediante prévia comunicação do corte, nos termos do art. 6º, parágrafo 3º, da Lei n. 8.987/93, sujeitando-se, outrossim, pela irregular descontinuidade de serviço público essencial, a ressarcir o prejudicado pelos danos materiais e morais daí advindos.

A **alternativa C** está correta. O art. 3° do CDC assim define 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". Por sua vez, o §2° desse artigo define o que é um serviço: "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".

Para não deixar margem de dúvidas, o STJ ainda sumulou o assunto. A Súmula 297 prevê: "O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras". Assim, não há dúvida de que as instituições financeiras se submetem às regras do CDC.

A **alternativa D** está incorreta e é o gabarito da questão. O STJ já entendeu que em casos como esse o CDC é aplicável: “Código de Defesa do Consumidor. Destinatário final: conceito. Compra de adubo. A expressão “destinatário final”, constante da parte final do art. 2º do Código de Defesa do Consumidor, alcança o produtor agrícola que compra adubo para o preparo do plantio, à medida que o bem adquirido foi utilizado pelo profissional, encerrando-se a cadeia produtiva respectiva, não sendo objeto de transformação ou beneficiamento (STJ, REsp 208793/MT, DJU 01/08/2000, Rel. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, J. 18.11.1999).

Com certa frequência, os rigores da aplicação da teoria finalista têm sido atenuados em julgados nos quais se admite a incidência do Código de Defesa do Consumidor em relações jurídicas envolvendo consumidores profissionais, quando comprovada sua vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica.

A primeira vez que a expressão teoria finalista mitigada foi aplicada pelo STJ, foi pela Ministra Nancy Andrighi, em 2010. Em sua decisão ela diz: "É cabível a aplicação do CDC à relação jurídica pela qual pequenos produtores rurais adquiriram sementes de fabricante para o manejo, cultivo e posterior colheita destinada à comercialização, pois reconhecida a vulnerabilidade daqueles frente ao fabricante, aplica-se de forma mitigada a teoria finalista acerca da definição de consumidor, ainda que o produto tenha sido adquirido para o desenvolvimento de uma atividade empresarial, o que dá margem à incidência excepcional do CDC" (REsp 1132642/PR, DJe 18/11/2010).

O STJ entendeu, naquele caso – depois de um outro recurso, no qual o voto vencido da Min. Nancy Andrighi se tornou o vencedor –, que sim, seria o caso de alargar a proteção do CDC para igualmente o incluir. A base disso é o reconhecimento da vulnerabilidade do produtor, que atrai a aplicação do CDC.

A **alternativa E** está correta. Atente para a parte final do art. 12: "O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação,

construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos". Veja que ele fala da responsabilidade "por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos", que não se ligam diretamente a defeitos no produto ou serviço em si.

O dispositivo demonstra como o CDC pretende amparar o consumidor diante de suas vulnerabilidades, pois ele não precisa provar o suposto erro que ocasionou o dano por ele conhecido, mas apenas constatar o elemento objetivo (defeito ou vício no produto ou serviço) para que se caracterize o dever de reparação do prejuízo causado. Isso porque a responsabilidade do fornecedor é objetiva, devendo responder ainda que não tenha culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores.

29. (VUNESP - Prefeitura de Valinhos - SP - 2019) O Código de Defesa do Consumidor – CDC constitui o piso de garantias concedidas ao consumidor por seu sistema jurídico de proteção, apresentando como seus direitos básicos:

(A) a proteção da sua vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos.
(B) a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e tratamento desigual nas contratações.
(C) a facilitação da defesa de seus direitos, com a inversão do ônus da prova como regra.
(D) a proteção contra a publicidade comparativa existente no fornecimento de produtos e serviços.
(E) a modificação das cláusulas contratuais, a critério do consumidor.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. A regra do art. 4º traz o texto da alternativa que é um dos objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo e não um direito básico: "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".

O art. 4ª, do CDC demonstra o intuito que o Código visa transmitir, destacando-se o objetivo de se ter uma relação de consumo de forma harmônica e transparente, além de tutelar os interesses dos mais vulneráveis da cadeia de consumo: os consumidores. Logo, não só define a necessidade de proteção da dignidade, saúde, segurança e proteção econômica dos consumidores, mas também a atuação dos fornecedores, que devem agir com boa-fé e de forma transparente, para se buscar equilíbrio e igualdade nas relações de consumo.

A **alternativa B** está incorreta. Uma pegadinha, já que o art. 6º não estabelece "tratamento desigual nas contratações": "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".

Há de se tratar os iguais igualmente e os desiguais, desigualmente, na medida de suas desigualdades. Em outras palavras, não se pode fazer uma tábua rasa e achar que todos são realmente iguais; as desigualdades precisam ser equalizadas, de modo que todos sejam realmente iguais, logo, o inciso citado destaca a igualdade nas contratações, e não tratamento desigual.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. Veja o 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". Assim, a inversão do ônus da prova é um direito básico do consumidor, em regra.

Aqui se visualiza a hipossuficiência do consumidor como medida necessária para a inversão do ônus da prova. Não a confunda com a vulnerabilidade, que é absoluta e se liga ao direito material. Vulneráveis todos os consumidores são e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada.

A hipossuficiência não se liga a critérios técnicos, econômicos, informacionais ou jurídicos. Especialista ou amador, rico ou pobre, sabedor ou desconhecedor, jurista ou leigo, é possível reconhecer que uma parte é hipossuficiente. Do contrário, pelo fato de alguém ser muito rico impediria o reconhecimento de sua hipossuficiência, automaticamente.

Não é o que acontece. Pode o juiz, no caso, inverter o ônus da prova– ou seja, determinar que quem prova é o fornecedor e não o consumidor – mesmo que a pessoa tenha alto poder aquisitivo.

Assim, se o consumidor alega que o produto não funciona por um defeito de fabricação, a regra do art. 373, inc. I, do Código de Processo Civil determina que ele deveria provar que o defeito é de fabricação, e não de (mau) uso. O que o CDC faz é inverter essa regra, ou seja, eu alego que o defeito é de fabricação e o fornecedor é quem tem de provar que o defeito é de uso, caso seja verificado, pelo juiz, a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência.

A **alternativa D** está incorreta. Uma pegadinha, já que o art. 6º não estabelece "proteção contra a publicidade comparativa", mas sim "proteção contra a publicidade enganosa e abusiva": "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;

As práticas comerciais abusivas estão previstas no art. 39 do CDC, em linhas gerais. A publicidade enganosa é delito, previsto no art. 67 do Código: "Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva. Pena Detenção de três meses a um ano e multa."

A **alternativa E** está incorreta. O art. 6º não estabelece a modificação "a critério do consumidor", mas sim "em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas": "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".

O CDC exige dois requisitos para que o contrato seja revisto: excessiva onerosidade trazida e fato superveniente. Por isso, o art. 6º, inc V, do CDC assenta a Teoria da onerosidade excessiva, sem a imprevisão do Código Civil, para garantir maior proteção ao consumidor, visando restaurar o equilíbrio contratual.

30. (VUNESP - Prefeitura de Buritizal - SP - 2018) O Código de Defesa do Consumidor trata da disciplina das relações de consumo, adotando estrutura de microssistema normativo, prevendo

(A) o reconhecimento da hipossuficiência do consumidor no mercado de consumo, como instrumento de execução da política nacional das relações de consumo.
(B) a manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor, como princípio norteador da política nacional das relações de consumo.
(C) a inversão do ônus da prova no processo civil em favor do consumidor, face à sua vulnerabilidade.

(D) que serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, com remuneração por parte do consumidor, ou ainda aquelas prestadas de forma gratuita ou voluntária; salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.
(E) a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos, como direito básico do consumidor.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Veja o 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". Há duplo erro, porque não se trata de hipossuficiência, mas de vulnerabilidade, bem como não como como instrumento de execução da política nacional das relações de consumo e sim como princípio.

O consumidor é vulnerável tecnicamente, economicamente, informacionalmente e juridicamente.

Tecnicamente porque o consumidor não conhece em detalhes o produto ou serviço. Economicamente porque, em geral, o poderio econômico do fornecedor é maior do que o do consumidor. Informacionalmente porque a informação é detida pelo fornecedor e não pelo consumidor. Juridicamente porque, em geral, o conhecimento, porte e assessoramento jurídicos do fornecedor é melhor do que o do consumidor.

A vulnerabilidade do consumidor é absoluta e se liga ao direito material.

A **alternativa B** está incorreta. O art. 5° trata de um instrumento da política nacional das relações de consumo e não de um princípio norteador: "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".

Com esse dispositivo nota-se que foi aumentado sensivelmente o espectro de cabimento da assistência judicial gratuita, de modo a permitir que o consumidor litigue sem tanta preocupação econômica. Esse inciso vai de encontro com o princípio do acesso à justiça, para aquele consumidor que não tem condições de assumir os custos referente ao processo ainda possa ter seus direitos como consumidor tutelados, podendo contar com os advogados públicos em Defensorias Públicas.

O consumidor é o elo mais fraco da cadeia de consumo, o mais vulnerável, inclusive economicamente, portanto, se não pudesse ingressar com uma ação em busca dos seus direitos por fatores econômicos, estaria em sentido oposto de tudo aquilo que o CDC visa proteger. Ainda existem os Juizados Especiais que é gratuito para atender a causas de menor valor econômico.

A **alternativa C** está incorreta. A assertiva está incompleta e traz um detalhe equivocado, como se vê pelo art. 6º: " Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros: 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". Ou seja, não é em caso de vulnerabilidade que há a inversão do ônus da prova em favor do consumidor, mas em sendo reconhecida a hipossuficiência. São conceitos diferentes.

Nesse inciso se visualiza a hipossuficiência do consumidor como medida necessária para a inversão do ônus da prova. Não a confunda com a vulnerabilidade, que é absoluta e se liga ao direito material. Vulneráveis todos os consumidores são e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada.

A hipossuficiência não se liga a critérios técnicos, econômicos, informacionais ou jurídicos. Especialista ou amador, rico ou pobre, sabedor ou desconhecedor, jurista ou leigo, é possível reconhecer que uma parte é hipossuficiente. Do contrário, pelo fato de alguém ser muito rico impediria o reconhecimento de sua hipossuficiência, automaticamente. Não é o que acontece. Pode o juiz, no caso, inverter o ônus da prova– ou seja, determinar que quem prova é o fornecedor e não o consumidor – mesmo que a pessoa tenha alto poder aquisitivo.

Assim, se o consumidor alega que o produto não funciona por um defeito de fabricação, a regra do art. 373, inc. I, do Código de Processo Civil determina que ele deveria provar que o defeito é de fabricação, e não de (mau) uso. O que o CDC faz é inverter essa regra, ou seja, eu alego que o defeito é de fabricação e o fornecedor é quem tem de provar que o defeito é de uso, caso seja verificado, pelo juiz, a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência.

A **alternativa D** está incorreta. A assertiva contraria o art. 2º, §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". Os serviços prestados de forma voluntária ou gratuita não são considerados para aplicação do CDC, portanto, apenas os aparentemente gratuitos.

Serviço é um elemento objetivo da relação jurídica de consumo e intangível. Não importa se é um serviço braçal, um serviço intelectual ou qualquer outra coisa, tudo é abraçado pela proteção ao consumidor. A exceção fica por conta das relações trabalhistas, que constituem um mundo à parte, regido pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, e demais normas conexas.

As relações de caráter trabalhista são excluídas da incidência do CDC porque a relação de emprego não cumpre os requisitos necessários da relação de consumo nos moldes do CDC.

Se o caso envolver obrigações tributárias não se aplica o CDC, igualmente, apesar do silêncio da norma. Assim, se você for discutir impostos, taxas ou contribuições, a regra consumerista não se aplica ao caso.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão. É a literalidade do art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral".

A aplicação das regras do CDC aos serviços públicos, essenciais ou não, é evidente. O Estado não pode prestar serviços sem qualidade, sob a desculpa de que não é fornecedor.

Do contrário, também não pode o consumidor tentar se esconder no caso de inadimplemento dos serviços públicos. Mesmo nos casos de serviços públicos essenciais, permite-se o corte em caso de não pagamento, entende o STJ (REsp 1.270.339).

31. (VUNESP - Prefeitura de São Bernardo do Campo - SP - 2018) Sob o prisma dos direitos básicos do consumidor, assinale a alternativa que traz uma hipótese de ofensa clara à liberdade de escolha.

(A) A consumidora que teve negado um exame de ecocardiografia fetal, mas prova que outra pessoa com o mesmo plano se submeteu ao mesmo procedimento na mesma clínica, sendo que sem justificativa o plano de saúde recusa atendimento a ela nessa clínica credenciada.
(B) Uma empresa de cosméticos que faz campanha de produto de beleza que induz os consumidores a acreditarem que usando um creme facial desaparecerão imediatamente as rugas.
(C) Juiz que indefere a inversão do ônus da prova mesmo diante da clara impossibilidade de o consumidor realizar a comprovação de fatos que são relevantes para o esclarecimento da causa.
(D) Empresa que insere uma cláusula contratual em contrato de adesão que a exonera de qualquer ressarcimento de prejuízos que venha causar ao consumidor.
(E) Um banco que só aceita contratar determinado financiamento, no qual estão previstos juros mais baixos, se o consumidor se submeter a adquirir também o seguro através da seguradora de seu grupo econômico.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Nesse caso há ofensa, mas ao princípio da igualdade, previsto no art. 6°: "São direitos básicos do consumidor: a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações".

Associações e órgãos de proteção ao consumidor publicam, no início do ano letivo, listas de materiais escolares e seus respetivos preços. Fazem pesquisas de preço em diversas papelarias para que o consumidor seja informado a respeito das diferenças de preço e possa escolher de modo mais adequado o local de compra.

Muitos serviços gratuitos acabam sendo desconhecidos das pessoas e somente ampla publicidade permite que se tenha conhecimento deles. Além disso, não pode haver discriminação imotivada dos consumidores. O Estatuto do Idoso e o Estatuto da Pessoa com Deficiência restringem a cobrança de acréscimos pelos serviços ofertados a idosos e pessoas com deficiência.

Evidente que certos serviços podem ser cobrados desigualmente em determinadas situações. É o caso da categorização de clientes por perfil de consumo (cliente *Silver, Gold, Diamond* e *Platinum* de companhia aérea), que permite benefícios extras, ou pelo tipo de compra efetuada (pacote simples e completo). Mas não é possível desigualar a contratação em razão de raça, por exemplo.

A **alternativa B** está incorreta. Nesse caso há ofensa, mas ao princípio da transparência, previsto no art. 6°: "São direitos básicos do consumidor: 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".

As práticas comerciais abusivas estão previstas no art. 39 do CDC, em linhas gerais. A publicidade enganosa é delito, previsto no art. 67 do Código, inclusive. Há muitos exemplos na jurisprudência.

O STJ (REsp 1.057.828) entende que se há menção ao pagamento de frete pelo consumidor no rodapé do anúncio, essa não é propaganda abusiva. Do mesmo modo, a ausência de informação relativa ao preço, por si só, não caracteriza publicidade enganosa (REsp 1705278-MA). Para a caracterização da ilegalidade omissiva, a ocultação deve ser de qualidade essencial do produto, do serviço ou de suas reais condições de contratação, considerando, na análise do caso concreto, o público alvo do anúncio publicitário.

Há propaganda abusiva por omissão quando se consome um medicamento de venda livre, mas que causa dependência não indicada na bula (REsp 971.845). É igualmente abusiva a propaganda do Cogumelo do Sol, que prometia, depois da utilização durante seis meses, a cura de um câncer devido às suas propriedades terapêuticas e medicinais, que agiriam na parte imunológica do organismo, diminuindo as células cancerígenas (REsp 1.329.556).

São muitas as decisões do STJ a respeito do tema. Isso porque, como diz o ditado popular, a propaganda é a alma do negócio. Vender virtudes irreais é algo bastante comum no mercado publicitário.

A **alternativa C** está incorreta. Nesse caso há ofensa, mas ao princípio da hipossuficiência, previsto no art. 6°: "São direitos básicos do consumidor: 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".

Aqui se visualiza a hipossuficiência do consumidor como medida necessária para a inversão do ônus da prova. Não a confunda com a vulnerabilidade, que é absoluta e se liga ao direito material. Vulneráveis todos os consumidores são. A hipossuficiência não se liga a critérios técnicos, econômicos, informacionais ou jurídicos. Especialista ou amador, rico ou pobre, sabedor ou desconhecedor, jurista ou leigo, é possível reconhecer que uma parte é hipossuficiente. Do contrário, pelo fato de alguém ser muito rico impediria o reconhecimento de sua hipossuficiência, automaticamente.

Não é o que acontece. Pode o juiz, no caso, inverter o ônus da prova– ou seja, determinar que quem prova é o fornecedor e não o consumidor – mesmo que a pessoa tenha alto poder aquisitivo.

Assim, se o consumidor alega que o produto não funciona por um defeito de fabricação, a regra do art. 373, inc. I, do Código de Processo Civil determina que ele deveria provar que o defeito é de fabricação, e não de (mau) uso. O que o CDC faz é inverter essa regra, ou seja, eu alego que o defeito é de fabricação e o fornecedor é quem tem de provar que o defeito é de uso, caso seja verificado, pelo juiz, a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência.

A **alternativa D** está incorreta. Nesse caso há ofensa, mas ao princípio da boa-fé objetiva, previsto no art. 6°: "São direitos básicos do consumidor: 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". Além disso, há detalhamento do princípio no art. 51: "São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis".

Como o consumidor é o elo mais fraco da cadeia de consumo, para que exista harmonia na relação de consumo, deve existir cooperação, respeito e fidelidade nas relações contratuais e extracontratuais entre as partes, devendo o fornecedor agir com lealdade e boa-fé, considerando que o consumidor é vulnerável informacionalmente, economicamente, juridicamente e tecnicamente. As relações consumeristas se pautam pelo desequilíbrio natural (consumidor fraco e fornecedor forte), pelo que o CDC deve harmonizar esses desequilíbrios, permitindo que a ordem econômica proteja os interesses de ambas as partes.

Dessa maneira, o CDC impõe boa-fé nas relações contratuais e extracontratuais como um princípio geral e linha de interpretação para as demais normas de defesa do consumidor.

Nesse mesmo sentido, o artigo 51, XV do Código de Defesa do Consumidor diz serem abusivas as cláusulas que “estejam em desacordo com o sistema de proteção do consumidor”.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão. É a previsão da chamada venda casada, prevista no art. 6°: "São direitos básicos do consumidor: a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações".

O consumidor é o elo mais fraco da cadeia de consumo, por isso o fornecedor tem a obrigação legal de informar e divulgar adequadamente sobre o consumo adequado. Não é sobre corromper a verdade sobre o produto ou serviço. O fornecedor deve transmitir ao consumidor em potencial todas as informações indispensáveis à decisão de consumir ou não o fornecimento, de forma transparente, como dispõe o art. 6º. Para que o consumidor tenha liberdade de escolha e não tenha seu direito viciado, ele deve receber todas as informações sobre o produto ou serviço, de forma clara e adequada, sem a omissão dos aspectos negativos. Além disso, dispõe sobre a obrigatoriedade de igualdade nas contratações, a fim de se obter um equilíbrio na relação de consumo, logo, não é possível desigualar a contratação em razão de raça, por exemplo.

32. (IF-MT - Direito - 2018) No que diz respeito aos direitos básicos do consumidor, analise as proposições abaixo e assinale a alternativa incorreta:

(A) É permitido facilitar a 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.

(B) Garantir 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.

(C) É defeso modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.

(D) Garantir a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

(E) Ter acesso à 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.

Comentários

A **alternativa A** está correta. É a previsão do 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".

Aqui se visualiza a hipossuficiência do consumidor como medida necessária para a inversão do ônus da prova. Não a confunda com a vulnerabilidade, que é absoluta e se liga ao direito material. Vulneráveis todos os consumidores são e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada.

A hipossuficiência não se liga a critérios técnicos, econômicos, informacionais ou jurídicos. Especialista ou amador, rico ou pobre, sabedor ou desconhecedor, jurista ou leigo, é possível reconhecer que uma parte é hipossuficiente. Do contrário, pelo fato de alguém ser muito rico impediria o reconhecimento de sua hipossuficiência, automaticamente.

Não é o que acontece. Pode o juiz, no caso, inverter o ônus da prova– ou seja, determinar que quem prova é o fornecedor e não o consumidor – mesmo que a pessoa tenha alto poder aquisitivo.

Assim, se o consumidor alega que o produto não funciona por um defeito de fabricação, a regra do art. 373, inc. I, do Código de Processo Civil determina que ele deveria provar que o defeito é de fabricação, e não de (mau) uso. O que o CDC faz é inverter essa regra, ou seja, eu alego que o defeito é de fabricação e o fornecedor é quem tem de provar que o defeito é de uso, caso seja verificado, pelo juiz, a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência.

A **alternativa B** está correta. É a previsão do 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".

As práticas comerciais abusivas estão previstas no art. 39 do CDC, em linhas gerais. A publicidade enganosa é delito, previsto no art. 67 do Código, inclusive.

O STJ (REsp 1.057.828) entende que se há menção ao pagamento de frete pelo consumidor no rodapé do anúncio, essa não é propaganda abusiva. Do mesmo modo, a ausência de informação relativa ao preço, por si só, não caracteriza publicidade enganosa (REsp 1705278-MA). Para a caracterização da ilegalidade omissiva, a ocultação deve ser de qualidade essencial do produto, do serviço ou de suas reais condições de contratação, considerando, na análise do caso concreto, o público alvo do anúncio publicitário

Há propaganda abusiva por omissão quando se consome um medicamento de venda livre, mas que causa dependência não indicada na bula (REsp 971.845). É igualmente abusiva a propaganda do Cogumelo do Sol, que prometia, depois da utilização durante seis meses, a cura de um câncer devido às suas propriedades terapêuticas e medicinais, que agiriam na parte imunológica do organismo, diminuindo as células cancerígenas (REsp 1.329.556). São muitas as decisões do STJ a respeito do tema. Isso porque, como diz o ditado popular, a propaganda é a alma do negócio. Vender virtudes irreais é algo bastante comum no mercado publicitário.

A **alternativa C** está incorreta e é o gabarito da questão. A previsão do art. 6º é justamente a inversa: "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".

O art. 478 do Código Civil assenta a Teoria da imprevisão por onerosidade excessiva. Essa regra traz uma "prestação de uma das partes se tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra, em virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis". O art. 6º, inc V, do CDC assenta a Teoria da onerosidade excessiva, sem a imprevisão do Código Civil.

Ou seja, o CDC exige dois requisitos – (i) excessiva onerosidade trazida e (ii) fato superveniente –, ao passo que o Código Civil exige quatro requisitos – os dois anteriores, mais (iii) extrema vantagem para a outra parte e (iv) um acontecimento extraordinário e imprevisível.

Além disso, o art. 479 do Código Civil permite a revisão do contrato apenas de maneira excepcional, sendo que a regra é a resolução (extinção). O CDC, ao contrário, mais adequado à noção contemporânea de contrato, traz como regra a revisão contratual, sequer prevendo a resolução (extinção).

A **alternativa D** está correta. É a previsão do art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos".

Essa norma pretende ampliar ao máximo a reparação de danos, incluindo todo tipo de reparação possível ao consumidor, sempre reputado vulnerável.

A jurisprudência passou a permitir a possibilidade não apenas de indenizar alguém por dano moral, mas também de cumular o dano material com o dano moral (Súmula 37 do STJ).

Ainda, o STJ passou a reconhecer uma espécie distinta de dano, o dano estético (Súmula 387). Assim, tecnicamente falando, há danos patrimoniais (ou materiais) e danos extrapatrimoniais. Os danos extrapatrimoniais podem ser morais ou estéticos. Todos eles podem ser cumulados, a depender do caso, claro.

Além disso, a Súmula 402 do STJ esclarece que no contrato de seguro por danos pessoais deve estar compreendida também cobertura por danos morais, exceto se houver cláusula expressa de exclusão. O objetivo, claro, sempre trazer efetiva proteção e reparação ao consumidor.

A **alternativa E** está correta. É a previsão do 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".

Para que o consumidor tenha liberdade de escolha e não tenha seu direito viciado, ele deve receber todas as informações sobre o produto, de forma clara e adequada, sem a omissão dos aspectos negativos, devendo o fornecedor, informar especificadamente sobre a quantidade, características, tais como os riscos que possam apresentar o produto ou serviço, em vista de sua posição de vulnerabilidade perante o fornecedor. Se o consumidor não receber todas as informações necessárias poderá estar sendo comprometida a veracidade de sua escolha, que foi feita sem toda a ciência.

33. (VUNESP - Prefeitura de Sorocaba - SP - 2018) Assinale a alternativa que revela uma situação contrária a um dos direitos básicos do consumidor estampados na Lei n° 8.078/90.

(A) Produto colocado à venda com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, os riscos que apresenta, preço, mas sem a declaração dos tributos incidentes.

(B) Venda de produto eletroeletrônico munido de manual de instrução com ilustrações e declaração clara sobre o modo de utilização e composição do produto.

(C) Conjunto de facas exposto à venda, com a embalagem que protege o corte e ainda com advertência clara de que se trata de um produto perigoso.

(D) Fogos de artifícios expostos à venda em local devidamente vistoriado pelo corpo de bombeiros, estocados de maneira adequada, cuja embalagem deixa claro se tratar de um produto perigoso.

(E) Produto perecível que é armazenado em geladeira vistoriada pelos órgãos competentes e que ostenta o prazo de validade correto, sendo retirado da prateleira antes que tal prazo expire.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. O art. 6º deixa evidente a necessidade de previsão de tributos: "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".

São considerados tributos incidentes sobre as vendas aqueles que guardam proporcionalidade com o preço da venda, ainda que integrem a base de cálculo do tributo.

O direito à informação se liga ao fato de em uma negociação apresentar todas as informações contratuais, de forma clara e que torne o consumidor ciente de tudo que pode acontecer no decorrer da prestação do serviço ou da garantia de um produto, por exemplo, para evitar prejuízos ao consumidor, ou que ele tenha sua liberdade de escolha viciada por alguma omissão do fornecedor.

“Os princípios da boa-fé, cooperação, transparência e informação, devem ser observados pelos fornecedores, diretos ou indiretos, principais ou auxiliares, enfim todos aqueles que, para o consumidor, participem da cadeia de fornecimento”, afirmou a ministra, em voto seguido por unanimidade. ” REsp nº 1.725.092 - SP (2017/0059027-2) – Ministra Nancy Andrighi).

Portanto, quando se trata de uma relação consumerista, toda informação, que torne mais clara, mais correta e mais transparente a relação entre fornecedor e consumidor, é pouca.

A **alternativa B** está incorreta. A exigência está prevista no art. 50, parágrafo único: "O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações".

O dispositivo demonstra a importância de se obter a informação de maneira clara e adequada. Para isso, esclarece como deve ocorrer a garantia ou equivalente, devendo conter a forma, o prazo e o lugar em que poderá ser executada, em que a garantia consiste e os ônus do consumidor. Veja que, a mesma deve ser entregue no ato do fornecimento e, para que seja de fácil compreensão ao consumidor, considerado o elo mais fraco da cadeia de consumo, deve conter manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, além de ilustrações.

A **alternativa C** está incorreta. O caso se enquadra nas disposições do 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".

Os produtos e serviços contidos no mercado de consumo não devem oferecer nenhum risco à saúde ou segurança do consumidor tendo em vista sua vulnerabilidade técnica, jurídica, econômica e informacional. Ou seja, os fornecedores devem informar com clareza e objetividade tudo aquilo que o fornecimento contém, inclusive os riscos, para que o consumidor não seja prejudicado com a omissão ou distorção de informações. A exceção do artigo parte da ideia do legislador entender que existem riscos inerentes a certos produtos que o consumidor já conhece, dentro da previsibilidade de seu funcionamento.

Uma vez que existem produtos que são naturalmente perigosos ou nocivos. Quem os consome sabe, ou ao menos deve saber, quando isso não for evidente, pela clara informação.

É o caso, por exemplo, de utensílios com fio cortante (facas, serras, espetos etc.), que são naturalmente perigosos. A exigência de informação a respeito de sua periculosidade é baixa, pois é evidente ao consumidor que a faca corta. O exemplo serve para outros produtos como um liquidificador, combustível, moto etc.

A **alternativa D** está incorreta. Vê-se que a situação está amparada pela regra do 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".

Aqueles produtos que possivelmente serão nocivos ou perigosos à saúde ou segurança do consumidor, devem conter informação destacada e adequada, de maneira cuidadosa para que fique bem expressa, sobre sua nocividade ou periculosidade. Os produtos considerados perigosos são adequados à sua finalidade, porém precisam conter informação quanto ao local mais seguro para se guardar, sua manutenção, carregamento. Por exemplo os fogos de artifício, o gás de cozinha, combustível etc.

Existem certos produtos, que são claros acerca de seus malefícios e contém as informações sobre os riscos à saúde, porém são nocivos ao consumidor, por isso essas informações devem estar de maneira ostensiva e adequada, para que não haja dúvidas a respeitos de seus malefícios (remédios, cigarros, antibióticos etc.). Ou seja, devem haver diversos avisos e explicações, cuidados e advertências destinadas a alertar o consumidor sobre os riscos do uso do produto ou serviço.

A **alternativa E** está incorreta. O art. 31, parágrafo único, evidencia que o armazenamento precisa obedecer a certas exigências: "As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével".

O dispositivo determina que todos os requisitos exigidos no art. 31, ou seja, informação clara, adequada, precisa, ostensiva, correta, inclusive acerca dos riscos à saúde e segurança do consumidor, as características do preço, qualidade, quantidade, composição, prazo de validade, entre outras, serão gravadas de forma permanente nos produtos refrigerados, a fim de se garantir a proteção do consumidor.

34. (FGV - AL-RO - 2018) Analise as afirmativas a seguir que apresentam direitos básicos do consumidor, assinalando (V) para a verdadeira e (F) para a falsa.

I. A efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

II. A facilitação da defesa dos direitos do consumidor, excluída a possibilidade de inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil.

III. 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.

Assinale a opção que apresenta a sequência correta, segundo a ordem apresentada.

(A) V – V – F.
(B) F – F – V.
(C) V – F – F.
(D) F – V – V.
(E) F – V – F.

Comentários

O **item I** está correto. A previsão se encontra no art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos".

Essa norma pretende ampliar ao máximo a reparação de danos, incluindo todo tipo de reparação possível ao consumidor, sempre reputado vulnerável. O CDC foi pioneiro em expressar a possibilidade de indenizar o dano não individual. Até hoje, quando se fala em dano moral coletivo, apela-se para o CDC. A jurisprudência passou a permitir a possibilidade não apenas de indenizar alguém por dano moral, mas também de cumular o dano material com o dano moral (Súmula 37 do STJ).

Anos depois, o STJ passou a reconhecer uma espécie distinta de dano, o dano estético (Súmula 387). Assim, tecnicamente falando, há danos patrimoniais (ou materiais) e danos extrapatrimoniais. Os danos extrapatrimoniais podem ser morais ou estéticos. Todos eles podem ser cumulados, a depender do caso.

Além disso, a Súmula 402 do STJ esclarece que no contrato de seguro por danos pessoais deve estar compreendida também cobertura por danos morais, exceto se houver cláusula expressa de exclusão. O objetivo, claro, sempre trazer efetiva proteção e reparação ao consumidor.

O **item II** está incorreto. A previsão se encontra no 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.

Aqui se visualiza a hipossuficiência do consumidor como medida necessária para a inversão do ônus da prova. Não a confunda com a vulnerabilidade, que é absoluta e se liga ao direito material. Vulneráveis todos os consumidores são e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada.

A hipossuficiência não se liga a critérios técnicos, econômicos, informacionais ou jurídicos. Especialista ou amador, rico ou pobre, sabedor ou desconhecedor, jurista ou leigo, é possível reconhecer que uma parte é hipossuficiente. Do contrário, pelo fato de alguém ser muito rico impediria o reconhecimento de sua hipossuficiência, automaticamente.

Não é o que acontece. Pode o juiz, no caso, inverter o ônus da prova– ou seja, determinar que quem prova é o fornecedor e não o consumidor – mesmo que a pessoa tenha alto poder aquisitivo.

Assim, se o consumidor alega que o produto não funciona por um defeito de fabricação, a regra do art. 373, inc. I, do Código de Processo Civil determina que ele deveria provar que o defeito é de fabricação, e não de (mau) uso. O que o CDC faz é inverter essa regra, ou seja, eu alego que o defeito é de fabricação e o fornecedor é quem tem de provar que o defeito é de uso, caso seja verificado, pelo juiz, a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência.

O **item III** está correto. A previsão se encontra no art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: 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".

O inciso VII do artigo 6º se refere à criação dos PROCONs e dos Juizados Especiais Cíveis, bem como o fortalecimento do Ministério Público, foram, em larga medida, executados com vistas à promoção dos direitos do consumidor. Ademais, para assegurar o princípio do acesso à justiça, com o intuito de relatar

algum vício ou defeito do produto ou serviço utilizado pelo consumidor, existe ainda as Defensorias Públicas ou Procuradorias de Assistência Judiciária, para atender aqueles que não possuem condições econômicas para defenderem seus direitos como consumidores, e, portanto, a parte mais vulnerável da relação de consumo. É a aplicação direta do Princípio ao acesso à Justiça.

A questão foi anulada porque não há alternativa que comtemple a integralidade dos itens.

35. (VUNESP - Prefeitura de Bauru - SP - 2018) Consoante o disposto nas Súmulas do Superior Tribunal de Justiça, é correto afirmar que

(A) a cobrança de tarifa de água de acordo com as categorias de usuários e as faixas de consumo é ilegítima, nos termos do artigo 39, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor.
(B) é lícita a cláusula contratual de plano de saúde que fixa em 48 horas a contar da data da contratação a carência para utilização de serviços de assistência médica em situações de emergência ou de urgência.
(C) o simples envio de cartão de crédito sem prévia e expressa solicitação do consumidor não constitui prática comercial abusiva.
(D) é dispensável o aviso de recebimento (AR) na carta de comunicação ao consumidor sobre a negativação de seu nome em bancos de dados e cadastros.
(E) o Código de Defesa do Consumidor é aplicável às entidades abertas ou fechadas de previdência complementar.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O texto inverte a definição da Súmula 407 do STJ: "É legítima a cobrança da tarifa de água, fixada de acordo com as categorias de usuários e as faixas de consumo".

A Lei n. 8.987/1995, que trata, especificamente, do regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos autoriza a cobrança do serviço de fornecimento de água, de forma escalonada (tarifa progressiva), de acordo com o consumo. Cuida-se de norma especial que não destoa do art. 39, inciso I, do CDC que, em regra, proíbe ao fornecedor condicionar o fornecimento de produtos ou serviços a limites quantitativos. Tal vedação não é absoluta, pois o legislador, no mesmo dispositivo, afasta essa proibição quando houver justa causa.

A **alternativa B** está incorreta. A Súmula 597 do STJ traz previsão diversa: "A cláusula contratual de plano de saúde que prevê carência para utilização dos serviços de assistência médica nas situações de emergência ou de urgência é considerada abusiva se ultrapassado o prazo máximo de 24 horas contado da data da contratação".

Carência é o tempo que a pessoa terá que esperar para poder gozar dos serviços oferecidos pelo plano de saúde. Esse prazo normalmente varia de acordo com o procedimento médico ou hospitalar.

Em se tratando de procedimento de emergência ou de urgência, ou seja, de evento que se não for realizado imediatamente implica em risco concreto de morte ou lesão irreparável para o paciente, deve ser adotado o prazo de carência de vinte e quatro horas e não o de cento e oitenta dias, sob pena de violação à legítima expectativa do consumidor ao celebrar o contrato para preservar a sua vida, sua saúde e sua integridade física. Nesse sentido: STJ. 3ª Turma. AgInt no REsp 1448660/MG, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, julgado em 04/04/2017.

A legislação permite que o contrato estipule prazo de carência (art. 12, da Lei nº 9.656/1998). No entanto, mesmo havendo carência, os planos de saúde e seguros privados de saúde são obrigados a oferecer cobertura nos casos de urgência e emergência a partir de 24 horas depois de ter sido assinado o contrato (art. 12, V, c). Os contratos de seguro e assistência à saúde são pactos de cooperação e solidariedade, cativos e de longa duração, informados pelos princípios consumeristas da boa-fé objetiva e função social, tendo o objetivo precípuo de assegurar ao consumidor, no que tange aos riscos inerentes à saúde, tratamento e segurança para amparo necessário de seu parceiro contratual.

A **alternativa C** está incorreta. Veja a Súmula 532 do STJ: "Constitui prática comercial abusiva o envio de cartão de crédito sem prévia e expressa solicitação do consumidor, configurando-se ato ilícito indenizável e sujeito à aplicação de multa administrativa".

O envio do cartão de crédito ao cliente sem este ter solicitado configura algo que o Código de Defesa do Consumidor chama de “prática abusiva”. Trata-se, portanto, de ato ilícito porque viola o art. 39, III, do CDC: "Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (...) III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço"

Portanto, haverá prática abusiva mesmo se o cartão de crédito que for enviado estiver bloqueado. Não importa que o cartão de crédito esteja bloqueado. Se ele foi enviado ao consumidor sem que este tenha feito pedido pretérito e expresso isso já caracteriza prática comercial abusiva, violando frontalmente o disposto no art. 39, III, do CDC (STJ REsp 1199117/SP, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, julgado em 18/12/2012).

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão. Trata-se da literalidade da Súmula 404 do STJ: "É dispensável o aviso de recebimento (AR) na carta de comunicação ao consumidor sobre a negativação de seu nome em bancos de dados e cadastros".

Ao tratar do tema "Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores" o CDC (Código de Defesa do Consumidor) estabelece em seu art. 43, parágrafo 2º que:" a abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele ".

Do que se vê, de acordo com a legislação consumerista, o que se impõe é a comunicação prévia e por escrito, ao consumidor, da negativação do seu nome, pelas entidades de proteção ao crédito. Em nenhum momento, a norma exige que essa se dê por meio de AR (Aviso de Recebimento).

Esse é o entendimento adotado pelo Poder Judiciário brasileiro: Resp nº. 470.477: "Exige-se, apenas, que a notificação se dê por escrito, comprovando a administradora a emissão da notificação prévia para o endereço fornecido pela credora associada. Esta prova é válida e capaz de afastar o direito à condenação por danos morais".

A **alternativa E** está incorreta. É o teor da Súmula 563 do STJ: "O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às entidades abertas de previdência complementar, não incidindo nos contratos previdenciários celebrados com entidades fechadas".

Existem duas espécies de entidade de previdência privada (entidade de previdência complementar): as entidades de previdência privada abertas e as fechadas.

As entidades fechadas são operadoras de plano(s) de benefícios, constituídas na forma de sociedade civil ou a fundação, e sem fins lucrativos, mantidas por grandes empresas ou grupos de empresa, para oferecer planos de previdência privada aos seus funcionários ou associados. Essas entidades são conhecidas como "fundos de pensão". Os planos não podem ser comercializados para quem não é funcionário daquela empresa.

O Código de Defesa do Consumidor não é aplicável à relação jurídica entre participantes ou assistidos de plano de benefício e entidade de previdência complementar fechada, mesmo em situações que não sejam regulamentadas pela legislação especial. STJ. 2ª Seção. REsp 1.536.786-MG, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, julgado em 26/8/2015. Entidades fechadas não se amoldam à definição de fornecedor (art. 3º do CDC). As entidades fechadas de previdência privada não comercializam os seus benefícios ao público em geral nem os distribuem no mercado de consumo, não podendo, por isso mesmo, ser enquadradas no conceito legal de fornecedor.

Além disso, não há remuneração pela contraprestação dos serviços prestados e, consequentemente, a finalidade não é lucrativa, já que o patrimônio da entidade e respectivos rendimentos, auferidos pela capitalização de investimentos, revertem-se integralmente na concessão e manutenção do pagamento de benefícios aos seus participantes e assistidos.

36. (FUMARC - CEMIG - MG - 2018) Considerando a relação entre a legislação aplicável ao serviço público e o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990), é CORRETO afirmar que

(A) a legislação consumerista se aplica a qualquer relação entre usuário e prestador de serviço público, independentemente do regime ao qual se sujeita o custeio do serviço, alcançando os serviços remunerados por taxa e os serviços gratuitos.

(B) considerando a sujeição dos serviços públicos à legislação específica, a relação entre o prestador e o usuário do serviço público não se submete ao Código de Defesa do Consumidor.

(C) dada a previsão expressa de aplicação do Código de Defesa do Consumidor às relações entre prestadores e usuários de serviço público, a suspensão do fornecimento de energia elétrica deve observar primariamente as condicionantes dessa legislação, ainda que os motivos da suspensão estejam previstos na Lei 8.987/1995.

(D) não obstante a previsão expressa de aplicação do Código de Defesa do Consumidor às relações entre prestadores e usuários de serviço público, a suspensão do fornecimento de energia elétrica deve observar as condicionantes da Lei 8.987/1995 (Lei Geral do Serviço Público), uma vez que essa possui previsão específica para a matéria, como é próprio do regime jurídico administrativo.

Comentários:

A **alternativa A** está incorreta. O STJ restringe a aplicação do CDC: "Quando o serviço público é prestado diretamente pelo Estado e custeado por meio de receitas tributárias não se caracteriza uma relação de consumo nem se aplicam as regras do Código de Defesa do Consumidor. (REsp 1187456/RJ, Rel. Ministro CASTRO MEIRA, SEGUNDA TURMA, julgado em 16/11/2010, DJe 01/12/2010)".

Dispõe a Lei 8.078 (Código de Defesa do Consumidor):

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.

O STJ (REsp 1.187.456/RJ) restringe a aplicação do CDC nas relações das pessoas com o Estado. Quando o serviço público é prestado diretamente pelo Estado e custeado por meio de receitas tributárias não se caracteriza uma relação de consumo nem se aplicam as regras do CDC. Assim, por exemplo, se o Estado ou Município prestam eles mesmos serviços escolares ou hospitalares, não se aplica o CDC; se houver um intermediador, porém, aplica-se, como no caso de uma fundação ou concessionária.

A **alternativa B** está incorreta. Como mostrei na alternativa anterior, pode o CDC se aplicar aos serviços públicos, a depender do caso.

O Estado pode ser considerado fornecedor se ele estiver no polo da relação consumerista como desenvolvedor de atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços, sim.

Isso se extrai do art. 6º, inc. X, do CDC, que determina a aplicação das regras consumeristas mesmo que o Estado esteja no polo da relação. O próprio art. 3º deixa isso claro, mas o art. 6º reforça tal posição. Todavia, não se considera caracterizada a relação de consumo quando a atividade é prestada diretamente pelo Estado e custeada por meio de receitas tributárias.

A **alternativa C** está incorreta. O STJ fixou o entendimento de que o CDC se aplica aos casos de serviço público regido pela Lei 8.987/1995, mas que isso não impede o corte de energia elétrica do consumidor: "ADMINISTRATIVO - ENERGIA ELÉTRICA - CORTE - FALTA DE PAGAMENTO - É lícito à concessionária interromper o fornecimento de energia elétrica, se, após aviso prévio, o consumidor de energia elétrica permanecer inadimplente no pagamento da respectiva conta (L.8.987/95, Art. 6º, § 3º, II). (REsp 363.943/MG, Rel. Ministro HUMBERTO GOMES DE BARROS, PRIMEIRA SEÇÃO, julgado em 10/12/2003, DJ 01/03/2004, p. 119)".

Há expressa previsão normativa no sentido da possibilidade de suspensão do fornecimento de energia elétrica ao usuário que deixa de efetuar a contraprestação ajustada, mesmo quando se tratar de consumidor que preste serviço público (art. 6º, 3º, da Lei nº 8.987/95 e art. 17 da Lei nº 9.427/96).

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão. Trata-se de aplicação do julgado que mencionei na alternativa anterior. Pode-se também aplicar a regra do art. 6º: "§3º Não se caracteriza como descontinuidade do serviço a sua interrupção em situação de emergência ou após prévio aviso, quando: II - por inadimplemento do usuário, considerado o interesse da coletividade".

Pode a empresa concessionária suspender o fornecimento de energia elétrica em face de atraso no pagamento de conta pelo usuário, porém deve fazê-lo mediante prévia comunicação do corte, nos termos do art. 6º, parágrafo 3º, da Lei n. 8.987/93, sujeitando-se, outrossim, pela irregular descontinuidade de serviço público essencial, a ressarcir o prejudicado pelos danos materiais e morais daí advindos.

37. (INAZ do Pará - CFF - 2017) São direitos básicos do consumidor, exceto:

(A) A proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos.
(B) Educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.
(C) 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.
(D) 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.
(E) A impossibilidade modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas, devendo sempre ser rescindido o contrato.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. A redação da alternativa constitui direito básico do consumidor previsto no 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".

O dispositivo dispõe acerca da proteção que deve existir com o consumidor, respeitando sua integridade física, assim, os produtos ou serviços que podem causar algum risco à saúde ou segurança do consumidor, são considerados perigosos ou nocivos, esse tipo de fornecimento deve conter informação clara e precisa a respeito desses riscos, visando à tutela da vida, saúde e segurança do consumidor.

Existem produtos que são naturalmente perigosos ou nocivos. É o caso, por exemplo, de utensílios com fio cortante (facas, serras, espetos etc.), que são naturalmente perigosos. A exigência de informação a respeito de sua periculosidade é baixa, pois é evidente ao consumidor que a faca corta.

Ao contrário, alguns produtos não têm periculosidade evidenciada por si só, mas sua periculosidade se evidencia pela informação prestada, como é o caso das drogas lícitas (medicamentos, cigarros etc.). A exigência de informação a respeito de sua periculosidade é alta, pois não é evidente ao consumidor não informado que aquele medicamento tem esses ou aqueles efeitos colaterais ou quais são os malefícios do cigarro.

A **alternativa B** está incorreta. A redação da alternativa constitui direito básico do consumidor previsto no 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".

Associações e órgãos de proteção ao consumidor publicam, no início do ano letivo, listas de materiais escolares e seus respetivos preços. Fazem pesquisas de preço em diversas papelarias para que o consumidor seja informado a respeito das diferenças de preço e possa escolher de modo mais adequado o local de compra.

Muitos serviços gratuitos acabam sendo desconhecidos das pessoas e somente ampla publicidade permite que se tenha conhecimento deles. Além disso, não pode haver discriminação imotivada dos consumidores. O Estatuto do Idoso e o Estatuto da Pessoa com Deficiência restringem a cobrança de acréscimos pelos serviços ofertados a idosos e pessoas com deficiência.

Evidente que certos serviços podem ser cobrados desigualmente em determinadas situações. É o caso da categorização de clientes por perfil de consumo (cliente Silver, Gold, Diamond e Platinum de companhia aérea), que permite benefícios extras, ou pelo tipo de compra efetuada (pacote simples e completo). Mas não é possível desigualar a contratação em razão de raça, por exemplo.

A **alternativa C** está incorreta. A redação da alternativa constitui direito básico do consumidor previsto no 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".

Para que o consumidor tenha liberdade de escolha e não tenha seu direito viciado, ele deve receber todas as informações sobre o produto, de forma clara e adequada, sem a omissão dos aspectos negativos, devendo o fornecedor, informar especificadamente sobre a quantidade, características, tais como os riscos que possam apresentar o produto ou serviço, em vista de sua posição de vulnerabilidade perante o fornecedor. Se o consumidor não receber todas as informações necessárias poderá estar sendo comprometida a veracidade de sua escolha, que foi feita sem toda a ciência.

A **alternativa D** está incorreta. A redação da alternativa constitui direito básico do consumidor previsto no 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".

As práticas comerciais abusivas estão previstas no art. 39 do CDC, em linhas gerais. A publicidade enganosa é delito, previsto no art. 67 do Código, inclusive.

O STJ (REsp 1.057.828) entende que se há menção ao pagamento de frete pelo consumidor no rodapé do anúncio, essa não é propaganda abusiva. Do mesmo modo, a ausência de informação relativa ao preço, por si só, não caracteriza publicidade enganosa (REsp 1705278-MA). Para a caracterização da ilegalidade omissiva, a ocultação deve ser de qualidade essencial do produto, do serviço ou de suas reais condições de contratação, considerando, na análise do caso concreto, o público alvo do anúncio publicitário

Há propaganda abusiva por omissão quando se consome um medicamento de venda livre, mas que causa dependência não indicada na bula (REsp 971.845). É igualmente abusiva a propaganda do Cogumelo do Sol, que prometia, depois da utilização durante seis meses, a cura de um câncer devido às suas propriedades terapêuticas e medicinais, que agiriam na parte imunológica do organismo, diminuindo as células cancerígenas (REsp 1.329.556).

São muitas as decisões do STJ a respeito do tema. Isso porque, como diz o ditado popular, a propaganda é a alma do negócio. Vender virtudes irreais é algo bastante comum no mercado publicitário.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão. A redação da alternativa impede a constituição de direito básico do consumidor previsto no 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". Seria possível, portanto, modificar as cláusulas, ao contrário da previsão do texto da assertiva.

Este dispositivo traz uma distinção importante entre o Código Civil e o CDC. O art. 478 do Código Civil assenta a Teoria da imprevisão por onerosidade excessiva. Essa regra traz uma “prestação de uma das partes se

tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra, em virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis".

Assim, o Código Civil exige, além da excessiva onerosidade trazida pelo fato superveniente (previsão do art. 6º, inc. V, do CDC), outros dois elementos. Primeiro, a prestação deve trazer "extrema vantagem para a outra" parte. Segundo, isso deve ocorrer em "virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis".

Ou seja, o CDC exige dois requisitos – (i) excessiva onerosidade trazida e (ii) fato superveniente –, ao passo que o Código Civil exige quatro requisitos – os dois anteriores, mais (iii) extrema vantagem para a outra parte e (iv) um acontecimento extraordinário e imprevisível. Assim, é bem mais difícil que um contrato seja revisto pelo art. 478 do Código Civil. Por isso, o art. 6º, inc V, do CDC assenta a Teoria da onerosidade excessiva, sem a imprevisão do Código Civil, para garantir maior proteção ao consumidor.

Além disso, o art. 479 do Código Civil permite a revisão do contrato apenas de maneira excepcional, sendo que a regra é a resolução (extinção). O CDC, ao contrário, mais adequado à noção contemporânea de contrato, traz como regra a revisão contratual, sequer prevendo a resolução (extinção).

38. (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

A **alternativa A** está incorreta. A previsão se encontra no art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: 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". Esse inciso não se relaciona com a possibilidade da inversão do ônus da prova.

A criação dos PROCONs e dos Juizados Especiais Cíveis, bem como o fortalecimento do Ministério Público, foram, em larga medida, executados com vistas à promoção dos direitos do consumidor. Ademais, para assegurar o princípio do acesso à justiça, com o intuito de relatar algum vício ou defeito do produto ou serviço utilizado pelo consumidor, existe ainda as Defensorias Públicas ou Procuradorias de Assistência Judiciária, para atender aqueles que não possuem condições econômicas para defenderem seus direitos como consumidores, e, portanto, a parte mais vulnerável da relação de consumo.

A **alternativa B** está incorreta. A redação da alternativa constitui direito básico do consumidor previsto no 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". Porém, também não se relaciona com a possibilidade da inversão do ônus da prova.

O consumidor é o elo mais fraco da cadeia de consumo, por isso o fornecedor tem a obrigação legal de informar e divulgar adequadamente sobre o consumo adequado. Não é sobre corromper a verdade sobre o produto ou serviço. O fornecedor deve transmitir ao consumidor em potencial todas as informações

indispensáveis à decisão de consumir ou não o fornecimento, de forma transparente, como dispõe o art. 6º. Para que o consumidor tenha liberdade de escolha e não tenha seu direito viciado, ele deve receber todas as informações sobre o produto ou serviço, de forma clara e adequada, sem a omissão dos aspectos negativos. Além disso, dispõe sobre a obrigatoriedade de igualdade nas contratações, a fim de se obter um equilíbrio na relação de consumo, logo, não é possível desigualar a contratação em razão de raça, por exemplo.

A **alternativa C** está incorreta. A redação da alternativa constitui direito básico do consumidor previsto no 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". Como citado na alternativa anterior, não se relaciona com a possibilidade da inversão do ônus da prova.

Associações e órgãos de proteção ao consumidor publicam, no início do ano letivo, listas de materiais escolares e seus respetivos preços. Fazem pesquisas de preço em diversas papelarias para que o consumidor seja informado a respeito das diferenças de preço e possa escolher de modo mais adequado o local de compra.

Muitos serviços gratuitos acabam sendo desconhecidos das pessoas e somente ampla publicidade permite que se tenha conhecimento deles. Além disso, não pode haver discriminação imotivada dos consumidores. O Estatuto do Idoso e o Estatuto da Pessoa com Deficiência restringem a cobrança de acréscimos pelos serviços ofertados a idosos e pessoas com deficiência.

A **alternativa D** está incorreta. A previsão se encontra no art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos". O texto da alternativa não se relaciona com a possibilidade da inversão do ônus da prova.

Essa norma pretende ampliar ao máximo a reparação de danos, incluindo todo tipo de reparação possível ao consumidor, sempre reputado vulnerável. O CDC foi pioneiro em expressar a possibilidade de indenizar o dano não individual. Até hoje, quando se fala em dano moral coletivo, apela-se para o CDC. A jurisprudência passou a permitir a possibilidade não apenas de indenizar alguém por dano moral, mas também de cumular o dano material com o dano moral (Súmula 37 do STJ).

Anos depois, o STJ passou a reconhecer uma espécie distinta de dano, o dano estético (Súmula 387). Assim, tecnicamente falando, há danos patrimoniais (ou materiais) e danos extrapatrimoniais. Os danos extrapatrimoniais podem ser morais ou estéticos. Todos eles podem ser cumulados, a depender do caso.

Além disso, a Súmula 402 do STJ esclarece que no contrato de seguro por danos pessoais deve estar compreendida também cobertura por danos morais, exceto se houver cláusula expressa de exclusão. O objetivo, claro, sempre trazer efetiva proteção e reparação ao consumidor.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão. A previsão se encontra no art. 6º: 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."

Aqui se visualiza a hipossuficiência do consumidor como medida necessária para a inversão do ônus da prova. Não a confunda com a vulnerabilidade, que é absoluta e se liga ao direito material. Vulneráveis todos os

consumidores são e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada.

A hipossuficiência não se liga a critérios técnicos, econômicos, informacionais ou jurídicos. Especialista ou amador, rico ou pobre, sabedor ou desconhecedor, jurista ou leigo, é possível reconhecer que uma parte é hipossuficiente. Do contrário, pelo fato de alguém ser muito rico impediria o reconhecimento de sua hipossuficiência, automaticamente.

Não é o que acontece. Pode o juiz, no caso, inverter o ônus da prova– ou seja, determinar que quem prova é o fornecedor e não o consumidor – mesmo que a pessoa tenha alto poder aquisitivo.

Assim, se o consumidor alega que o produto não funciona por um defeito de fabricação, a regra do art. 373, inc. I, do Código de Processo Civil determina que ele deveria provar que o defeito é de fabricação, e não de (mau) uso. O que o CDC faz é inverter essa regra, ou seja, eu alego que o defeito é de fabricação e o fornecedor é quem tem de provar que o defeito é de uso, caso seja verificado, pelo juiz, a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência.

39. (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

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. A definição de consumidor depende da comprovação de algum grau de vulnerabilidade da pessoa para que, apesar de ser ela apenas consumidora intermediária, possa ser enquadrada na aplicação do CDC. Assim, se for consumidora final, a pessoa é automaticamente considerada consumidora.

O consumidor é tido como o elo mais fraco da cadeia de consumo. Por isso, ele é tratado como vulnerável, ao contrário das partes de um contrato mercantil ou civil, no qual os contratantes estão no mesmo nível, há, em regra, igualdade de tratamento.

Por isso, há de se tratar os iguais igualmente e os desiguais, desigualmente, na medida de suas desigualdades. Em outras palavras, não se pode fazer uma tábua rasa e achar que todos são realmente iguais; as desigualdades precisam ser equalizadas, de modo que todos sejam realmente iguais.

A **alternativa B** está incorreta. Como visto, são expressões diferentes.

Não confunda hipossuficiência com a vulnerabilidade, que é absoluta e se liga ao direito material. Vulneráveis todos os consumidores são e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada.

A hipossuficiência não se liga a critérios técnicos, econômicos, informacionais ou jurídicos. Especialista ou amador, rico ou pobre, sabedor ou desconhecedor, jurista ou leigo, é possível reconhecer que uma parte é hipossuficiente. Do contrário, pelo fato de alguém ser muito rico impediria o reconhecimento de sua hipossuficiência, automaticamente.

Não é o que acontece. Pode o juiz, no caso, inverter o ônus da prova– ou seja, determinar que quem prova é o fornecedor e não o consumidor – mesmo que a pessoa tenha alto poder aquisitivo.

Assim, se o consumidor alega que o produto não funciona por um defeito de fabricação, a regra do art. 373, inc. I, do Código de Processo Civil determina que ele deveria provar que o defeito é de fabricação, e não de (mau) uso. O que o CDC faz é inverter essa regra, ou seja, eu alego que o defeito é de fabricação e o fornecedor é quem tem de provar que o defeito é de uso, caso seja verificado, pelo juiz, a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência.

A **alternativa C** está incorreta. A alternativa inverteu as coisas.

Vulneráveis todos os consumidores são e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada. A hipossuficiência deve ser provada. É hipossuficiente, por exemplo, aquele que não consegue obter provas devido ao seu desconhecimento técnico ou informacional, pelo fato do fornecedor omitir fatos a respeito do produto ou serviço.

A **alternativa D** está incorreta. Se for pessoa jurídica, pode-se considerar a presença de uma pessoa jurídica consumidora, desde que ela seja destinatária final do produto ou serviço, por exemplo.

Vulneráveis todos os consumidores são e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada.

Assim, podem ser consumidoras (i) as pessoas físicas; (ii) as pessoas jurídicas; (iii) a coletividade, sejam elas as (a) destinatárias finais dos produtos ou serviços, as (b) vítimas do fato do produto ou mesmo aquelas apenas (c) expostas a práticas de consumo; (iv) os entes despersonalizados.

A vulnerabilidade do consumidor é absoluta e se liga ao direito material.

A **alternativa E** está incorreta. Igualmente, como visto, pode ser ela : a) técnica; b) jurídica; c) fática; d) informacional.

O consumidor é vulnerável tecnicamente, economicamente, informacionalmente e juridicamente.

Tecnicamente porque o consumidor não conhece em detalhes o produto ou serviço. Economicamente porque, em geral, o poderio econômico do fornecedor é maior do que o do consumidor. Informacionalmente porque a informação é detida pelo fornecedor e não pelo consumidor. Juridicamente porque, em geral, o conhecimento, porte e assessoramento jurídicos do fornecedor é melhor do que o do consumidor.

40. (MPE-RS - MPE-RS - 2017) De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, os itens constantes nas alternativas abaixo são direitos do consumidor, EXCETO

(A) a proteção contra publicidade enganosa e abusiva e contra métodos comerciais coercitivos ou desleais.

(B) a facilitação da defesa de seus direitos 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
(C) a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.
(D) a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações proporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.
(E) 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.

Comentários

A **alternativa A** está correta. O texto corresponde a um direito básico do consumidor previsto no 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".

As práticas comerciais abusivas estão previstas no art. 39 do CDC, em linhas gerais. A publicidade enganosa é delito, previsto no art. 67 do Código, inclusive.

O STJ (REsp 1.057.828) entende que se há menção ao pagamento de frete pelo consumidor no rodapé do anúncio, essa não é propaganda abusiva. Do mesmo modo, a ausência de informação relativa ao preço, por si só, não caracteriza publicidade enganosa (REsp 1705278-MA). Para a caracterização da ilegalidade omissiva, a ocultação deve ser de qualidade essencial do produto, do serviço ou de suas reais condições de contratação, considerando, na análise do caso concreto, o público alvo do anúncio publicitário

Há propaganda abusiva por omissão quando se consome um medicamento de venda livre, mas que causa dependência não indicada na bula (REsp 971.845). É igualmente abusiva a propaganda do Cogumelo do Sol, que prometia, depois da utilização durante seis meses, a cura de um câncer devido às suas propriedades terapêuticas e medicinais, que agiriam na parte imunológica do organismo, diminuindo as células cancerígenas (REsp 1.329.556).

São muitas as decisões do STJ a respeito do tema. Isso porque, como diz o ditado popular, a propaganda é a alma do negócio. Vender virtudes irreais é algo bastante comum no mercado publicitário.

A **alternativa B** está correta. O texto corresponde a um direito básico do consumidor previsto no 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".

Aqui se visualiza a hipossuficiência do consumidor como medida necessária para a inversão do ônus da prova. Não a confunda com a vulnerabilidade, que é absoluta e se liga ao direito material. Vulneráveis todos os consumidores são e, mesmo quem não se enquadra na noção de destinatário final de produto ou serviço, pode ser considerado consumidor, segundo a Teoria finalista mitigada.

A hipossuficiência não se liga a critérios técnicos, econômicos, informacionais ou jurídicos. Especialista ou amador, rico ou pobre, sabedor ou desconhecedor, jurista ou leigo, é possível reconhecer que uma parte é hipossuficiente. Do contrário, pelo fato de alguém ser muito rico impediria o reconhecimento de sua hipossuficiência, automaticamente.

Não é o que acontece. Pode o juiz, no caso, inverter o ônus da prova– ou seja, determinar que quem prova é o fornecedor e não o consumidor – mesmo que a pessoa tenha alto poder aquisitivo.

Assim, se o consumidor alega que o produto não funciona por um defeito de fabricação, a regra do art. 373, inc. I, do Código de Processo Civil determina que ele deveria provar que o defeito é de fabricação, e não de (mau) uso. O que o CDC faz é inverter essa regra, ou seja, eu alego que o defeito é de fabricação e o fornecedor é quem tem de provar que o defeito é de uso, caso seja verificado, pelo juiz, a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência.

A **alternativa C** está correta. O texto corresponde a um direito básico do consumidor previsto no art. 6º: "São direitos básicos do consumidor: X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral".

A aplicação das regras do CDC aos serviços públicos, essenciais ou não, é evidente. O Estado não pode prestar serviços sem qualidade, sob a desculpa de que não é fornecedor.

Do contrário, também não pode o consumidor tentar se esconder no caso de inadimplemento dos serviços públicos. Mesmo nos casos de serviços públicos essenciais, permite-se o corte em caso de não pagamento, entende o STJ (REsp 1.270.339).

A **alternativa D** está incorreta e é o gabarito da questão. O art. 6º prevê a possibilidade de modificação de cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais, não proporcionais: "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".

Este dispositivo traz uma distinção importante entre o Código Civil e o CDC. O art. 478 do Código Civil assenta a Teoria da imprevisão por onerosidade excessiva. Essa regra traz uma “prestação de uma das partes se tornar excessivamente onerosa, com extrema vantagem para a outra, em virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis”.

Assim, o Código Civil exige, além da excessiva onerosidade trazida pelo fato superveniente (previsão do art. 6º, inc. V, do CDC), outros dois elementos. Primeiro, a prestação deve trazer “extrema vantagem para a outra” parte. Segundo, isso deve ocorrer em “virtude de acontecimentos extraordinários e imprevisíveis”.

Ou seja, o CDC exige dois requisitos: excessiva onerosidade trazida e fato superveniente, ao passo que o Código Civil exige quatro requisitos: os dois anteriores, mais: extrema vantagem para a outra parte e um acontecimento extraordinário e imprevisível. Assim, é bem mais difícil que um contrato seja revisto pelo art. 478 do Código Civil. Por isso, o art. 6º, inc V, do CDC assenta a Teoria da onerosidade excessiva, sem a imprevisão do Código Civil, para garantir maior proteção ao consumidor.

Além disso, o art. 479 do Código Civil permite a revisão do contrato apenas de maneira excepcional, sendo que a regra é a resolução (extinção). O CDC, ao contrário, mais adequado à noção contemporânea de contrato, traz como regra a revisão contratual, sequer prevendo a resolução (extinção).

A **alternativa E** está correta. O texto corresponde a um direito básico do consumidor previsto no 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".

Para que o consumidor tenha liberdade de escolha e não tenha seu direito viciado, ele deve receber todas as informações sobre o produto, de forma clara e adequada, sem a omissão dos aspectos negativos, devendo o fornecedor, informar especificadamente sobre a quantidade, características, tais como os riscos que possam apresentar o produto ou serviço, em vista de sua posição de vulnerabilidade perante o fornecedor. Se o consumidor não receber todas as informações necessárias poderá estar sendo comprometida a veracidade de sua escolha, que foi feita sem toda a ciência.

LISTA DE QUESTÕES

Disposições gerais (arts. 1° a 3°)

CEBRASPE

1. (CEBRASPE - Prefeitura de Boa Vista - RR - 2019) A respeito de relações de consumo, de contrato de locação e de registro de imóveis, julgue o item que se segue.

De acordo com o STJ, as instituições bancárias se submetem às regras e aos princípios que regulam as relações consumeristas.

2. (CEBRASPE - SEDF - 2017) Acerca do inadimplemento das obrigações e do Código de Defesa do Consumidor (CDC), julgue o próximo item.

De acordo com o CDC, o que diferencia a figura do consumidor daquela do fornecedor é que o primeiro é toda pessoa física que adquire ou utiliza produtos ou serviços, enquanto que o segundo é toda pessoa jurídica que comercializa ou distribui produtos ou serviços.

FCC

3. (FCC - PROCON-MA - 2017) Sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor, é correto afirmar:

(A) Não há exigência de informação de descontos, pois a proteção da lei visa o abuso de práticas e não concessões em favor dos consumidores.
(B) A utilização de apreçamento por código de barras é permitida pela legislação vigente.
(C) O apreçamento de produtos em vitrines não segue a mesma exigência dos bens expostos à venda no interior das lojas.
(D) Na venda a varejo de produtos fracionados, há necessidade de indicação do preço do conjunto de itens e não do preço do item fracionado.
(E) Há garantia de que o consumidor levará dois produtos pelo preço de um se não encontrar o preço fixado na mercadoria.

Bancas sortidas

4. (Instituto Ânima Sociesc - Prefeitura de Jaraguá do Sul - SC - 2020) A Lei Federal nº 8.078/1990 inscreve no artigo 1° que "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". Diante do exposto, assinale a alternativa correta, considerando o artigo 3° e parágrafos desse Código: "toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, ou a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo" denomina-se:

(A) Fornecedor.
(B) Produto.
(C) Consumidor.
(D) Serviço.
(E) Mercado de consumo.

5. (FUNDEP - Prefeitura de Uberlândia - MG - 2019) De acordo com o Art. 2º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências", é correto afirmar que o consumidor

(A) poderá ser pessoa física ou jurídica que adquire produto como destinatário final.
(B) não poderá ser pessoa jurídica, pois é a pessoa física que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.
(C) deverá ser pessoa física, admitindo ser pessoa jurídica quando for por equiparação e autorizada pelo Poder Judiciário.
(D) não pode ser uma coletividade de pessoas indetermináveis, devendo estar inscrito no cadastro de pessoas físicas.

6. (IDIB - CREMERJ - 2019) Com base na Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), assinale a alternativa correta:

(A) Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto de alguma forma, independentemente de ser destinatário final do mesmo.
(B) Produto 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.
(C) Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.
(D) A pessoa física não pode ser considerada fornecedor de produto ou serviço.

7. (Quadrix - CRF-PR - 2019) Com base no Código de Defesa do Consumidor (CDC), assinale a alternativa correta.

(A) Pessoas jurídicas não podem ser enquadradas na condição de consumidoras por faltar-lhes a condição de vulneráveis.
(B) São equiparadas a consumidores as pessoas que intervierem na relação de consumo, desde que determináveis
(C) Entes despersonalizados brasileiros e estrangeiros podem ser enquadrados como consumidores para os fins do CDC.
(D) O produto é sempre bem material, palpável.
(E) Os serviços prestados à contratante em razão de vínculo trabalhista também podem atrair as regras do CDC.

8. (UFMT - Prefeitura de Rondonópolis - MT - 2019) De acordo com o entendimento do Supremo Tribunal Federal a respeito da aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC) aos serviços prestados por instituições financeiras, é correto afirmar:

(A) A sujeição das instituições financeiras ao CDC ocorre sem prejuízo do controle e revisão, pelo Poder Judiciário, com base no Código Civil, de eventual abusividade no custo das operações de crédito.
(B) As normas do CDC devem beneficiar os clientes pessoas físicas das instituições financeiras, mas não se destinam às pessoas jurídicas, pois estas não se enquadram no conceito de "consumidor".
(C) As instituições financeiras, com exceção daquelas controladas pelo Poder Público, estão alcançadas pela incidência das normas veiculadas pelo CDC.
(D) As normas do CDC são aplicáveis aos serviços de natureza bancária e financeira, mas ficam excluídos de sua incidência os serviços de crédito e de natureza securitária.

9. (VUNESP - Prefeitura de Valinhos - SP - 2019) Sobre o conceito de consumidor, fornecedor, produto e serviço, constantes no Código de Defesa do Consumidor – CDC, é correto afirmar que

(A) consumidor é toda pessoa física, mas não jurídica, que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

(B) não se equipara a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

(C) o ente despersonalizado, que desenvolve atividade de produção, é considerado fornecedor.

(D) produto é qualquer coisa fungível ou infungível, desde que móvel.

(E) serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração ou não.

10. (VUNESP - Prefeitura de Registro - SP - 2018) Laurentina Martinica comprou um par de sapatos para a sua sobrinha. Contudo, ao chegar em sua casa e entregar o presente, verificou-se que um dos sapatos estava sem o solado. Diante desse fato hipotético, assinale a alternativa correta.

(A) Laurentina Martinica não pode ser considerada consumidora, pois não era a destinatária final do calçado.

(B) Se Laurentina comprou o calçado de uma pessoa física, não será amparada pelo Código de Defesa do Consumidor.

(C) Se o defeito do calçado somente fosse percebido pela sua sobrinha, ela não seria amparada pelo direito do consumidor, pois não foi a adquirente da mercadoria.

(D) Tanto Laurentina Martinica, que adquiriu o calçado, como sua sobrinha, que o utilizaria, são consideradas consumidoras e podem ser amparadas pelo Código de Defesa do Consumidor.

(E) Se Laurentina Martinica for pessoa jurídica, não será amparada pelo Código de Defesa do Consumidor.

11. (VUNESP - Prefeitura de Campinas - SP - 2019) No que diz respeito ao conceito de consumidor, adotado pelo Código de Defesa do Consumidor, assinale a alternativa correta.

(A) Toda pessoa física que adquire ou utiliza produto, seja lá com que finalidade for, reputa-se como consumidor.

(B) Equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas abusivas.

(C) Toda pessoa jurídica que adquire produto como destinatário intermediário ou final será considerada consumidor.

(D) Eleva-se à consumidor a coletividade de pessoas ou coisas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

(E) Não se equiparam a consumidores as vítimas do acidente de consumo.

12. (IADES - ARCON-PA - 2018) A Lei Federal no 8.078/1990, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor (CDC), é considerada uma legislação bastante avançada, e 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. Com base nas disposições do CDC, assinale a alternativa correta.

(A) A coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo, não pode ser equiparada como consumidor.

(B) Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

(C) O bem imaterial não é considerado produto.

(D) As atividades de natureza bancária e securitária estão excluídas da incidência do CDC, pois não são consideradas serviços de consumo e são regulamentadas por leis especiais.

(E) A pessoa jurídica estrangeira não pode ser considerada fornecedora de serviços.

13. (INAZ do Pará - CRF-PE - 2018) O Código de Defesa do Consumidor foi criado com objetivo de proteger os direitos dos consumidores, bem como disciplinar as relações jurídicas, bem como os deveres

e responsabilidades do fabricante/prestador de serviços com o consumidor. À luz da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), qual das afirmações abaixo está em desacordo com a legislação brasileira?

(A) É considerado serviço qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, exceto as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, e as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

(B) É direito básico do consumidor a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

(C) A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

(D) Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

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

14. (FUMARC - COPASA - 2018) O Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/1990, pode ser aplicado residualmente às relações entre prestadores de serviço público e usuários, mas NÃO se aplica ao seguinte serviço público:

(A) Serviço prestado diretamente por Município no âmbito do Sistema Único de Saúde.

(B) Serviço público de adesão obrigatória, ainda que prestado mediante concessão e remunerado por preço público.

(C) Serviço público prestado mediante delegação legal se a prestadora for empresa pública.

(D) Serviço público regido pela Lei 8.987/1995, uma vez que a referida Lei afasta tal possibilidade.

15. (FGV - Banestes - 2018) Quanto aos sujeitos da relação de consumo, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, analise as afirmativas a seguir.

I. Equipara-se a consumidor apenas a coletividade determinável de pessoas que haja intervindo nas relações de consumo.

II. Empregador e empregado são sujeitos da relação de consumo, porque qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as decorrentes das relações de caráter trabalhista, é considerada como serviço.

III. Os entes despersonalizados que desenvolvem atividade de produção, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços são reputados fornecedores.

Está correto o que se afirma em:

(A) somente I;
(B) somente III;
(C) somente I e II;
(D) somente II e III;
(E) I, II e III.

16. (FADESP - BANPARÁ - 2018) Com base na legislação que trata da proteção do consumidor, é correto afirmar que

(A) consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

(B) somente um indivíduo, e não um coletivo, pode ser considerado como consumidor em face da característica unitarista da legislação vigente.
(C) apenas a pessoa jurídica privada de origem nacional que desenvolve atividade de produção, montagem ou criação de produtos pode ser considerada como fornecedor.
(D) produto é todo e qualquer bem imóvel e material disponível a relações de comercialização e mercado.
(E) serviço é a atividade desenvolvida em espaços exclusivos de venda e compra, à exceção das atividades de natureza bancária, financeira, de crédito ou securitária.

17. (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.

18. (INAZ do Pará - CFF - 2017) O Código de Proteção do Consumidor (Lei n° 8.078/1990), em sua parte inicial, define alguns conceitos, dentre eles é correto afirmar que:

(A) Equipara-se 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, exceto os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.
(C) Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.
(D) Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, sempre de natureza material.
(E) Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, inclusive as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Política Nacional de Relações de Consumo (arts. 4° a 5°)

FCC

19. (FCC - PROCON-MA - 2017) Aquele que impõe o dever de o fornecedor informar de modo adequado o consumidor, suprindo assim todas as informações tidas essenciais para o melhor aperfeiçoamento da relação de consumo, garantindo inclusive a livre escolha do consumidor de contratar o fornecedor traduz o princípio da

(A) transparência.
(B) vulnerabilidade.
(C) boa-fé objetiva.
(D) proteção.
(E) informação.

Bancas sortidas

20. (VUNESP - Prefeitura de São Bernardo do Campo - SP - 2018) Nos termos do Código de Defesa do Consumidor, a Política Nacional das Relações de Consumo se rege pelo seguinte princípio, dentre outros:

(A) racionalização e melhoria dos serviços públicos.
(B) ação governamental no sentido de proteger o fornecedor e o consumidor, garantindo assim o equilíbrio do mercado de consumo.
(C) coibição e repressão da utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas, que possam causar prejuízos aos consumidores e fornecedores.
(D) ação governamental no sentido de proteger efetivamente o mercado de consumo.
(E) estudo constante das modificações do mercado de produção.

21. (FGV - AL-RO - 2018) As alternativas a seguir apresentam instrumentos do poder público para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, à exceção de uma. Assinale-a.

(A) Manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente.
(B) Instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público.
(C) Criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo.
(D) Criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo.
(E) Proibição da criação e desenvolvimento de Associações de Defesa do Consumidor.

22. (FGV - AL-RO - 2018) Sobre os princípios norteadores da Política Nacional das Relações de Consumo, analise as afirmativas a seguir.

I. Educar e informar os fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

II. Incentivar a criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, com exclusão de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo.

III. Coibir e reprimir todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e a utilização indevida de inventos e criações industriais que possam causar prejuízos aos consumidores.

Está correto o que se afirma em

(A) I, somente.
(B) II, somente.
(C) I e III, somente.
(D) II e III, somente.
(E) I, II e III.

23. (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.

24. (INAZ do Pará - CFF - 2017) É princípio específico aplicável às relações de consumo:
(A) Estabilidade Contratual.
(B) In dubio pro reo.
(C) Imutabilidade Contratual.
(D) Boa fé contratual e extracontratual.
(E) Predominância do interesse individual.

Direitos básicos do consumidor (arts. 6° a 7°)

FCC

25. (FCC - PROCON-MA - 2017) Considera-se direito básico do consumidor:
(A) a facilitação da defesa do consumidor em juízo, garantindo, a qualquer público, gratuidade da Justiça.
(B) a célere prestação dos serviços públicos em geral.
(C) a prevenção contra danos difusos, sempre que for possível alguma lesão a consumidor específico.
(D) a divulgação no produto sobre sua periculosidade em, no mínimo, duas línguas, sendo uma necessariamente a do país onde se coloca à venda o produto.
(E) a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.

Bancas sortidas

26. (Instituto Ânima Sociesc - Prefeitura de Jaraguá do Sul - SC - 2020) Perante o artigo 6° do Código de Defesa do Consumidor, são direitos básicos do consumidor, EXCETO:
(A) A educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.
(B) A instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público.
(C) 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.
(D) 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.
(E) 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.

27. (FUNDEP - Prefeitura de Uberlândia - MG - 2019) O fiscal de defesa do consumidor, para executar as tarefas de fiscalização do cumprimento do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, deve ter pleno conhecimento dos direitos básicos do consumidor. Entre tais direitos, não está incluído(a) o(a)
(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.
(B) modificação das cláusulas contratuais escritas que estabeleçam prestações onerosas ou sua revisão em razão de fatos concomitantes que as tornem excessivamente desproporcionais.
(C) efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

(D) 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.

28. (Quadrix - COREN-RS - 2018) No tocante às relações de consumo, assinale a alternativa incorreta.

(A) Aqueles que, muito embora não tenham participado diretamente da relação de consumo, sejam atingidos na qualidade de vítimas de evento danoso decorrente dessa relação são considerados como consumidores por equiparação e estão protegidos pelas normas consumeristas.

(B) A concessionária que presta serviços públicos essenciais, tais como serviços de esgoto e energia elétrica, é considerada como fornecedora e está submetida às normas de proteção ao consumidor.

(C) As relações entre os consumidores e as instituições financeiras são regidas pelo Código de Defesa do Consumidor.

(D) O agricultor ou produtor agrícola que compre adubo para utilizar em sua atividade produtiva, por ausência do requisito da vulnerabilidade e por não ser considerado como o destinatário final, não é equiparado a consumidor.

(E) Somente há responsabilidade civil por fato do produto ou serviço quando houver defeito e se isso for a causa dos danos sofridos pelo consumidor.

29. (VUNESP - Prefeitura de Valinhos - SP - 2019) O Código de Defesa do Consumidor – CDC constitui o piso de garantias concedidas ao consumidor por seu sistema jurídico de proteção, apresentando como seus direitos básicos:

(A) a proteção da sua vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos.

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

(C) a facilitação da defesa de seus direitos, com a inversão do ônus da prova como regra.

(D) a proteção contra a publicidade comparativa existente no fornecimento de produtos e serviços.

(E) a modificação das cláusulas contratuais, a critério do consumidor.

30. (VUNESP - Prefeitura de Buritizal - SP - 2018) O Código de Defesa do Consumidor trata da disciplina das relações de consumo, adotando estrutura de microssistema normativo, prevendo

(A) o reconhecimento da hipossuficiência do consumidor no mercado de consumo, como instrumento de execução da política nacional das relações de consumo.

(B) a manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor, como princípio norteador da política nacional das relações de consumo.

(C) a inversão do ônus da prova no processo civil em favor do consumidor, face à sua vulnerabilidade.

(D) que serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, com remuneração por parte do consumidor, ou ainda aquelas prestadas de forma gratuita ou voluntária; salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

(E) a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos, como direito básico do consumidor.

31. (VUNESP - Prefeitura de São Bernardo do Campo - SP - 2018) Sob o prisma dos direitos básicos do consumidor, assinale a alternativa que traz uma hipótese de ofensa clara à liberdade de escolha.

(A) A consumidora que teve negado um exame de ecocardiografia fetal, mas prova que outra pessoa com o mesmo plano se submeteu ao mesmo procedimento na mesma clínica, sendo que sem justificativa o plano de saúde recusa atendimento a ela nessa clínica credenciada.

(B) Uma empresa de cosméticos que faz campanha de produto de beleza que induz os consumidores a acreditarem que usando um creme facial desaparecerão imediatamente as rugas.

(C) Juiz que indefere a inversão do ônus da prova mesmo diante da clara impossibilidade de o consumidor realizar a comprovação de fatos que são relevantes para o esclarecimento da causa.

(D) Empresa que insere uma cláusula contratual em contrato de adesão que a exonera de qualquer ressarcimento de prejuízos que venha causar ao consumidor.
(E) Um banco que só aceita contratar determinado financiamento, no qual estão previstos juros mais baixos, se o consumidor se submeter a adquirir também o seguro através da seguradora de seu grupo econômico.

32. (IF-MT - Direito - 2018) No que diz respeito aos direitos básicos do consumidor, analise as proposições abaixo e assinale a alternativa incorreta:

(A) É permitido facilitar a 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.
(B) Garantir 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.
(C) É defeso modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.
(D) Garantir a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.
(E) Ter acesso à 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.

33. (VUNESP - Prefeitura de Sorocaba - SP - 2018) Assinale a alternativa que revela uma situação contrária a um dos direitos básicos do consumidor estampados na Lei n° 8.078/90.

(A) Produto colocado à venda com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, os riscos que apresenta, preço, mas sem a declaração dos tributos incidentes.
(B) Venda de produto eletroeletrônico munido de manual de instrução com ilustrações e declaração clara sobre o modo de utilização e composição do produto.
(C) Conjunto de facas exposto à venda, com a embalagem que protege o corte e ainda com advertência clara de que se trata de um produto perigoso.
(D) Fogos de artifícios expostos à venda em local devidamente vistoriado pelo corpo de bombeiros, estocados de maneira adequada, cuja embalagem deixa claro se tratar de um produto perigoso.
(E) Produto perecível que é armazenado em geladeira vistoriada pelos órgãos competentes e que ostenta o prazo de validade correto, sendo retirado da prateleira antes que tal prazo expire.

34. (FGV - AL-RO - 2018) Analise as afirmativas a seguir que apresentam direitos básicos do consumidor, assinalando (V) para a verdadeira e (F) para a falsa.

I. A efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.
II. A facilitação da defesa dos direitos do consumidor, excluída a possibilidade de inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil.
III. 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.
Assinale a opção que apresenta a sequência correta, segundo a ordem apresentada.

(A) V – V – F.
(B) F – F – V.
(C) V – F – F.
(D) F – V – V.
(E) F – V – F.

35. (VUNESP - Prefeitura de Bauru - SP - 2018) Consoante o disposto nas Súmulas do Superior Tribunal de Justiça, é correto afirmar que

(A) a cobrança de tarifa de água de acordo com as categorias de usuários e as faixas de consumo é ilegítima, nos termos do artigo 39, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor.
(B) é lícita a cláusula contratual de plano de saúde que fixa em 48 horas a contar da data da contratação a carência para utilização de serviços de assistência médica em situações de emergência ou de urgência.
(C) o simples envio de cartão de crédito sem prévia e expressa solicitação do consumidor não constitui prática comercial abusiva.
(D) é dispensável o aviso de recebimento (AR) na carta de comunicação ao consumidor sobre a negativação de seu nome em bancos de dados e cadastros.
(E) o Código de Defesa do Consumidor é aplicável às entidades abertas ou fechadas de previdência complementar.

36. (FUMARC - CEMIG - MG - 2018) Considerando a relação entre a legislação aplicável ao serviço público e o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990), é CORRETO afirmar que

(A) a legislação consumerista se aplica a qualquer relação entre usuário e prestador de serviço público, independentemente do regime ao qual se sujeita o custeio do serviço, alcançando os serviços remunerados por taxa e os serviços gratuitos.
(B) considerando a sujeição dos serviços públicos à legislação específica, a relação entre o prestador e o usuário do serviço público não se submete ao Código de Defesa do Consumidor.
(C) dada a previsão expressa de aplicação do Código de Defesa do Consumidor às relações entre prestadores e usuários de serviço público, a suspensão do fornecimento de energia elétrica deve observar primariamente as condicionantes dessa legislação, ainda que os motivos da suspensão estejam previstos na Lei 8.987/1995.
(D) não obstante a previsão expressa de aplicação do Código de Defesa do Consumidor às relações entre prestadores e usuários de serviço público, a suspensão do fornecimento de energia elétrica deve observar as condicionantes da Lei 8.987/1995 (Lei Geral do Serviço Público), uma vez que essa possui previsão específica para a matéria, como é próprio do regime jurídico administrativo.

37. (INAZ do Pará - CFF - 2017) São direitos básicos do consumidor, exceto:

(A) A proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos.
(B) Educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.
(C) 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.
(D) 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.
(E) A impossibilidade modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas, devendo sempre ser rescindido o contrato.

38. (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.

39. (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.

40. (MPE-RS - MPE-RS - 2017) De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, os itens constantes nas alternativas abaixo são direitos do consumidor, EXCETO

(A) a proteção contra publicidade enganosa e abusiva e contra métodos comerciais coercitivos ou desleais.

(B) a facilitação da defesa de seus direitos 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

(C) a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

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

(E) 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



1. CORRETA	**13.** A	**25.** E
2. INCORRETA	**14.** A	**26.** B
3. B	**15.** B	**27.** B
4. C	**16.** A	**28.** D
5. A	**17.** C	**29.** C
6. C	**18.** C	**30.** E
7. C	**19.** A	**31.** E
8. A	**20.** A	**32.** C
9. C	**21.** E	**33.** A
10. D	**22.** C	**34.** ANULADA
11. B	**23.** A	**35.** D
12. B	**24.** D	**36.** D

37. E
38. E
39. A
40. D

RESUMO

- O CDC é **uma lei principiológica, que traz normas de ordem pública e interesse social e constitui um microssistema multidisciplinar**.
- **Consumidor** é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final**. Equipara-se à consumidor** a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

- Três teorias buscam explicar o conceito de consumidor. Pela **Teoria Finalista**, só pode ser considerado consumidor aquele que retira o produto ou serviço de circulação do mercado econômico. Pela **Teoria Maximalista**, conceito de consumidor é ampliado, aplicando-se sempre que a pessoa utiliza o produto ou serviço, seja como consumidor final ou intermediário. Pela **Teoria Finalista Mitigada**, adotada pelo STJ, é cabível a aplicação *excepcional* do CDC a uma relação jurídica na qual uma pessoa adquire produto ou serviço para o desenvolvimento de uma atividade empresarial, desde que reconhecida a vulnerabilidade dela frente ao 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.
- **Produto** é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.
- **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.
- A **Política Nacional de 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.
- São **princípios da Política Nacional**:

I - Princípio da vulnerabilidade: consumidor é vulnerável tecnicamente, economicamente, informacionalmente e juridicamente**;** a vulnerabilidade do consumidor é absoluta (presunção absoluta ou *juris et de jure*) e se liga ao direito material, por isso, não pode ser confundida com a hipossuficiência, uma vez que essa é relativa e se liga ao direito processual.

II - Princípio da proteção governamental: ação do governo deve ser pautada pela defesa do consumidor.

III - Princípio da harmonização: o CDC deve harmonizar desequilíbrios, permitindo que a ordem econômica proteja os interesses de ambas as partes.

IV - Princípio da educação e da informação: deve ser garantida a educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres.

V - Princípio da atuação: incentiva a 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 - Princípio da repressão: prevê a coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo.

VII - Princípio da racionalização: determina a racionalização e melhoria dos serviços públicos. Os serviços públicos são também enquadrados no conceito de consumo e atraem a aplicação do CDC.

VIII - Princípio da atualização: visa promover o estudo constante das modificações do mercado de consumo.

- **Instrumentos para execução da Política Nacional:** objetivam conferir concretude aos princípios; é um rol exemplificativo.

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.

- Os **direitos básicos previstos no CDC 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.
- 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 e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

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;

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;

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

Responsabilidade: no caso de a violação de direito de o consumidor ter mais de um autor, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo

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.