

**Disciplina: LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990 - CDC**  
**Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.**

**ELEMENTOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO:**

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

**Destinatário final:** É a pessoa que adquire o produto para consumo próprio ou de sua família. MCTM1

**CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO** - Art. 2º . Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. MCTM2

Art. 3º **Fornecedor** é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, MCTM4 construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. MCTM5

## Slide 1

---

### **MCTM2**

Ex. 1 - empresa de água / má qualidade / alcance indeterminado  
Ex. 2 - imobiliária / casas de frente pro mar/ publicidade enganosa / alcance indeterminado  
Ex. 3 - maionese para amigos

Mayara Marins; 15/05/2018

### **MCTM4**

camelôs, ambulantes, etc

Mayara Marins; 15/05/2018

### **MCTM5**

Habitualidade – é a principal característica do fornecedor. Fornecer produto ou serviço deve ser uma atividade habitual da pessoa. Assim, quem vende de forma eventual não é considerado fornecedor.Ex. amigo vende tv x loja vende tv.

Mayara Marins; 15/05/2018

### **MCTM1**

Neste sentido, está excluída a pessoa que adquire produto como insumo para implementar em seu ramo de trabalho.Ex. cabelereira / secador / salão.

Mayara Marins; 15/05/2018

§ 1º **Produto** é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. MCTM6

§ 2º **Serviço** é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, **mediante remuneração**, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

MCTM7

**ATENÇÃO - SERVIÇO PÚBLICO** - Nem todos os serviços públicos estão abrangidos pelo conceito de serviço do CDC. Aos serviços públicos nos quais a contratação se der por meio de tarifa, taxa ou preço público, como pedágio, energia elétrica, ônibus, cabe o CDC, porém aos serviços fornecidos por meio de impostos não cabe aplicação do CDC. MCTM57

**FORNECEDOR + CONSUMIDOR + PRODUTO OU SERVIÇO**



**RELAÇÃO DE CONSUMO**

Havendo relação de consumo - Código de Defesa do Consumidor.

Não havendo relação de consumo - Código Civil.

## Slide 2

---

- MCTM6** São todos os produtos passíveis de serem comercializados. Incluem-se, entre esses produtos, a eletricidade e o gás.  
Mayara Marins; 15/05/2018
- MCTM7** Quando o CDC trata da remuneração, não quer especificamente dizer a remuneração direta, ou seja, o pagamento direto efetuado pelo consumidor ao fornecedor, mas também a remuneração indireta, aquele benefício comercial indireto fruto da prestação de serviços ou do fornecimento de produtos aparentemente gratuitos. Ex.: estacionamento gratuito do shopping / Ex.: amostra grátis.  
Mayara Marins; 15/05/2018
- MCTM57** TAXA: tem como característica a obrigatoriedade pois, não há uma escolha sobre seu pagamento.  
(Taxa de iluminação pública / UTILIZAÇÃO DO LIXO)  
IMPOSTO: cujo fato gerador independe de qualquer atividade estatal específica.  
(IPVA / IPTU)  
TARIFA: espécie de preço público, de natureza negocial, não compulsoria, ou seja de caráter facultativo, proveniente da relação contratual, com manifestação de vontade, havendo a possibilidade de o particular inrromper com o contrato, na época em que desejar.  
(SERVIÇOS PÚBLICOS EXPLORADOS POR CONCESSIONARIAS - PEDAGIO / ENERGIA)  
Mayara Marins; 17/05/2018

## A PRINCIPIOLOGIA DO ART. 4º DO CDC

- ❖ Proteger o consumidor devido à vulnerabilidade, visando harmonizar o mercado as relações entre consumidores e fornecedores - Art. 170 da CF MCTM52
  
- ❖ AÇÃO GOVERNAMENTAL - PROTEGER EFETIVAMENTE O CONSUMIDOR
  
- ✓ Atuando diretamente no mercado de consumo; MCTM53
- ✓ Criando órgãos públicos específicos para a defesa do consumidor;
- ✓ Facilitando e incentivando a criação de associações de consumidores.

**POR INICIATIVA DIRETA** - Fiscalizar e legitimar proposituras de ações coletivas (Art. 82)  
**(PROCONS / AGÊNCIAS REGULADORAS\*)** MCTM8

**INCENTIVOS À CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE ASSOCIAÇÕES** – Exemplar CDC

**A PRESENÇA DO ESTADO NO MERCADO DE CONSUMO –**

- ✓ DPDC - coordenação da política do SNDC e subordinado ao Ministério da Justiça; MCTM51
- ✓ SNDC - implementação das leis de defesa do consumidor e coordenação SINDEC;
- ✓ SINDEC - articular a atuação dos órgãos públicos de defesa do consumidor (MIS); MCTM9

### Slide 3

---

- MCTM8** Quanto às agências reguladoras, é seguro afirmar que o papel destas Agências no mercado de consumo gera controvérsias devido ao modo de suas atuações, bem como às legislações que as instituíram, onde, em alguns casos, podem beneficiar os fornecedores em detrimento dos consumidores. Ex.: AÇÃO IDEC X ANS  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM9** O acesso aos dados, informações, e gráficos SINDEC cumpre o princípio constitucional da publicidade na Administração Pública, reforça a cultura da Prevenção e permite a promoção de políticas públicas nacionalmente integradas para a Defesa do Consumidor.  
Mayara Marins; 15/05/2018
- MCTM51** SENACON - A partir do dia 22, quando entra em vigor o decreto 9.360, publicado nesta terça-feira, o órgão passa se chamar Secretaria das Relações de Consumo. A mudança de nome preocupa especialistas, pois temem que a alteração indique uma mudança na forma de atuação, que sempre foi em prol da proteção do consumidor.
- Com o decreto, a secretaria perde a autonomia para firmar termos de ajustamento de condutas e aplicar multas. Tudo terá que passar pela Consultoria Jurídica do Ministério da Justiça. O Fundo de Direitos Difusos que reúne os recursos provenientes de multas e acordos saíram do escopo da secretaria e agora está ligado ao gabinete. Também foi extinta a coordenação Institucional que era responsável por coordenar o trabalho de todo o sistema, o coração da secretaria. Enfim, é como se a secretaria voltasse a ser apenas um departamento como no passado, mas mantendo o título. Há vários retrocessos que levam a perda de importância do órgão — ressalta o defensor
- Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM52** Vulnerabilidade técnica (falta de conhecimentos específicos sobre o objeto), jurídica (ausência de conhecimento normativo, contábil, econômico ou profissional) e fática (disparidade de forças, física, intelectual ou socioeconômica). Vulnerável x Hipossuficiente (processualmente falando).  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM53** Intervenção direta - CONSUMIDOR.GOV / INMETRO / PROCONS  
Intervenção indireta - Legítima para ações coletivas / incentivo fiscais para associações de defesa do consumidor.  
Mayara Marins; 17/05/2018

## A PRINCIPIOLOGIA DO ART. 4º DO CDC

MCTM56

**GARANTIA DOS PRODUTOS E SERVIÇOS COM PADRÕES ADEQUADOS DE QUALIDADE, SEGURANÇA, DURABILIDADE E DESEMPENHO – CONMETRO / SINMETRO / INMETRO**

**HARMONIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO** - Ao equilíbrio contratual não interessa a exigência de cumprimento de contrato, e sim que sua execução **não acarrete vantagem excessiva para uma das partes ou a desvantagem para outra.** MCTM55

**DA EDUCAÇÃO E INFORMAÇÃO** - Direitos e deveres de consumidores e fornecedores.

### **ART. 5º - PARA EXECUÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL DAS RELAÇÕES DE CONSUMO:**

MCTM12

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 MP

III – criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores MCTM

IV – criação de Juizados e Varas Especializadas para solução de litígios de consumo

V – concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações

MCTM15

## Slide 4

---

**MCTM12** Princípio do acesso à Justiça (Defensoria, JEC)

Mayara Marins; 15/05/2018

**MCTM14** Na maioria das capitais existe uma DECON, todavia, talvez por falta de conhecimento, o volume de queixas perante o PROCON acaba sendo maior.

Mayara Marins; 15/05/2018

**MCTM15** PROTESTE, ABRE, APADEC, IDEC

Mayara Marins; 17/05/2018

**MCTM55** A proteção ao consumidor não pode chegar ao ponto de coibir o desenvolvimento da atividade econômica.Ex.: beneficiário de 84 anos pagando 48 reais de plano de saúde.

Mayara Marins; 17/05/2018

**MCTM56** Princípio do incentivo ao autocontrole - selos e certificados privados para atestar qualidade.

Mayara Marins; 17/05/2018

## DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

1º Proteção da vida, saúde e segurança contra riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos e nocivos. [MCTM18](#)

2º Educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações. [MCTM19](#)

3º 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. [MCTM20](#)

4º 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. [MCTM21](#)

5º Modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas. [MCTM22](#)

## Slide 5

---

- MCTM18** Assim, antes de comprar um produto ou utilizar um serviço, o consumidor deve ser alertado pelo fornecedor de todos os possíveis riscos que podem oferecer à sua saúde ou segurança.  
Mayara Marins; 15/05/2018
- MCTM19** O consumidor tem o direito de ser orientado sobre o uso dos produtos e serviços, o direito de escolher o produto ou serviço que achar melhor.  
Mayara Marins; 15/05/2018
- MCTM20** Para isso, o fornecedor tem a obrigação de esclarecer tudo o que for necessário sobre o produto e o serviço, mesmo que este ainda não tenha sido adquirido pelo consumidor.  
Mayara Marins; 15/05/2018
- MCTM21** Embasa a boa-fé e a transparência na relação de consumo. Esse dispositivo prevê que o consumidor tem o direito de exigir que tudo o que for anunciado seja cumprido, caso contrário, é seu direito cancelar o contrato e receber o dinheiro de volta.
- A publicidade enganosa se verifica quando as informações sobre o produto/serviço oferecidas pelo fornecedor não correspondem à realidade, enquanto a propaganda abusiva é identificada pela agressividade, podendo causando ao consumidor algum comportamento prejudicial ou ameaçador à sua saúde.  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM22** O CDC protege o consumidor quando as cláusulas do documento não são cumpridas ou, ainda, quando forem prejudiciais ao consumidor, podendo ser anuladas ou modificadas por ordem judicial.  
Mayara Marins; 15/05/2018

## DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

6º Efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos. MCTM23

7º 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. MCTM24

8º 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. MCTM25

9º A adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral. MCTM26

## Slide 6

---

- MCTM23** A reparação de danos deve se pautar tanto no prejuízo sofrido pelo consumidor – material ou moral – bem como ter caráter punitivo e pedagógico para o fornecedor, para evitar reincidências.  
Mayara Marins; 15/05/2018
- MCTM24** Assim, quando tiver seus direitos violados, o consumidor pode recorrer à Justiça para prevenir ou reprimir qualquer insatisfação em relação ao produto ou serviço, seja pela falsa expectativa, seja pela existência de vício ou defeito.  
Mayara Marins; 15/05/2018
- MCTM25** Direito à inversão do ônus da prova. Sendo identificadas a verossimilhança das alegações e a hipossuficiência do consumidor, é possível determinar que o fornecedor produza as provas.  
Mayara Marins; 15/05/2018
- MCTM26** Tanto os serviços da Administração Pública, quanto por suas concessionárias.
- EXCETO IMPOSTOS**  
Mayara Marins; 17/05/2018

## DA PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA

Art. 8º 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. MCTM46

Art. 9º 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. MCTM47

MCTM48

MCTM49

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

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

MCTM50

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

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

## Slide 7

---

- MCTM46** Produtos cotidianos como facas, tesouras, álcool, fósforo  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM47** bebidas alcoólicas, os fogos de artifício, os agrotóxicos, o fumo  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM48** informação inteligível ao homem médio.  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM49** maneira correta de uso do produto ou do serviço  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM50** RECALL  
Mayara Marins; 17/05/2018

## RESPONSABILIDADE CIVIL - CDC x CC

Código Civil - Art. 186 , 187 e art. 927:

186 – Ato ilícito puro - "Aquele que por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral comete ato ilícito"

187 – Ato ilícito equiparado – “Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes”

927 - "Aquele que, por ato ilícito (Arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo"

No CDC a regra geral de responsabilidade do fornecedor é objetiva, já que responderá independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados ao consumidor. MCTM36 MCTM38 MCTM39

**DA RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO**

**(Artigos 12 a 17 do CPC)**

**X**

**RESPONSABILIDADE POR VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO**

**(Artigos 18 a 25 do CPC)**

MCTM37

## Slide 8

---

- MCTM36** A exceção à responsabilidade objetiva é a responsabilidade dos profissionais liberais, conforme dispõe o art. 14, § 4º do Código de Defesa do Consumidor: "A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa". A partir deste dispositivo, conclui-se que a responsabilidade dos profissionais liberais, tais como: médico, dentista e advogado, será apurada mediante verificação de culpa.  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM37** O fato é um acontecimento que vai decorrer em face de um defeito (falha no processo produtivo, material escolhido, etc), enquanto o vício se encontra relacionado à qualidade ou quantidade do produto ou do serviço (são aqueles impróprios ao consumo ou lhes diminuem o valor). Nesse caso, haverá responsabilidade quando for infringido o dever de adequação, ou seja, o produto ou serviço não encontra-se adequado ao fim a que se destina, frustrando assim a expectativa do consumidor.  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM38** Art. 7º
- Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM39** quando houver mais de um colaborador ao dano, todos juntos responderão solidariamente pela reparação do mesmo.  
Mayara Marins; 17/05/2018

## DA RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO MCTM88

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. MCTM40

**§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:**

- I - sua apresentação;
- II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi colocado em circulação. MCTM87

**§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:** MCTM41

- I - que não colocou o produto no mercado; MCTM92
- II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste; MCTM93
- III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. MCTM94

## Slide 9

---

- MCTM40** O comerciante foi excluído em via principal porque ele, como já destacado, nas relações de consumo em massa, não tem nenhum controle sobre a segurança e qualidade das mercadorias. Recebe os produtos fechados, embalados, enlatados, como ocorre, por exemplo, nos super e hipermercados, nas grandes lojas de departamentos e drogarias, e assim os transfere aos consumidores. Em suma, o comerciante não tem poder para alterar nem controlar técnicas de fabricação e produção.  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM41** Assim, para ser afastado da responsabilidade, o agente precisará comprovar pelo menos uma dessas hipóteses.  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM87** § 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM88** O Código de Defesa do Consumidor trata a responsabilidade pelo fato do produto e do serviço de uma forma diferenciada, uma vez que referida responsabilidade não compromete a qualidade nem a quantidade do produto ou serviço, mas sim a sua segurança, integridade física, moral e a saúde do consumidor, podendo causar um acidente de consumo, tendo o fornecedor que responder, em regra, independentemente da existência de culpa como forma de buscar para o consumidor maior tutela, devido a sua vulnerabilidade.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM92** não há o nexo de causalidade entre o dano causado pelo produto  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM93** Outra excludente é a ausência de defeito do produto e no serviço, neste caso ainda que o defeito exista, se o dano não advém do defeito não há obrigação de indenizar, pois tal dano pode ter tido origem de causas diversas que não o defeito que lhe foi atribuído.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM94** Nestas hipóteses, a jurisprudência exige a prova negativa do defeito e considera as instruções de uso e as informações prestadas para determinar se a culpa foi exclusiva da vítima.  
Mayara Marins; 18/05/2018

## DA RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

MCTM42

- I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador **não puderem ser identificados**;
- II - o produto for fornecido sem identificação clara;
- III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

MCTM43

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

MCTM89

**§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:**

MCTM90

- I - o modo de seu fornecimento;**
- II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;**
- III - a época em que foi fornecido.**

**§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.**

## Slide 10

---

- MCTM42** Assim, percebe-se que o comerciante só poderá ser responsabilizado subsidiariamente, quando ocorrer alguma das três hipóteses descritas acima.  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM43** Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.  
Mayara Marins; 17/05/2018
- MCTM89** A principal diferença entre o artigo 12 e o artigo 14 do CDC, esta na especificação dos sujeitos responsáveis, uma vez que no o art. 12 no qual é tratada a responsabilidade pelo fato do produto são designados como responsáveis o fabricante, o produtor, o construtor e o incorporador, já o art. 14 trata da responsabilidade pelo fato do serviço traz apenas a expressão genérica de fornecedor como responsável, tal gênero inclui todos os partícipes da cadeia produtiva, assim, ao se tratar de dano causado pelo defeito do serviço, respondem solidariamente todos os participantes da sua produção.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM90** responsabilidade do estabelecimento comercial na ocorrência de furto de veículos em shopping, supermercados entre outros estabelecimentos que tenham estacionamentos próprios, sendo a jurisprudência pacífica no sentido da existência do dever de cuidado, de segurança e de vigilância. A súmula 130 do STJ orienta: "A empresa responde, perante o cliente, pela reparação de dano ou furto de veículo ocorridos em seu estacionamento".[5]  
Mayara Marins; 18/05/2018

## DA RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

§ 3º O fornecedor de serviços só **não será responsabilizado quando provar:**

I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste; MCTM96

II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. MCTM95

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

**PROFISSIONAL LIBERAL:** é a pessoa que exerce atividade especializada de prestação de natureza predominantemente intelectual e técnica, **sem qualquer vínculo de subordinação.** MCTM91

## Slide 11

---

**MCTM91** Por outro lado, esta categoria de profissionais está cada vez mais escassa, pois cada vez mais estes profissionais tendem se agrupar em torno de empresas prestadoras de serviços, tais como, os hospitais, os grupos de saúde, as empresas de engenharia e de consultoria, as sociedades de advogados. NAO SE ESTENDE AS PESSOAS JURIDICAS.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM95** EXEMPLO: UTILIZAÇÃO DE FORMA DIVERSA DO ORIENTADO NO PRODUTO.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM96** AUSENCIA DE NEXO CAUSAL ENTRE O SERVIÇO E O DANO - TAMBEM

Mayara Marins; 18/05/2018

## DA RESPONSABILIDADE POR VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

MCTM97

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

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

**I - a substituição do produto por outro da mesma espécie;**

**II - a restituição imediata da quantia paga (atualizada);**

**III - o abatimento proporcional do preço.**

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

## Slide 12

---

### **MCTM97**

Produtos ou serviços não duráveis são aqueles que se esgotam ao primeiro uso ou em pouco tempo após a aquisição, ou seja, aqueles são naturalmente destruídos na sua utilização.

Os produtos ou serviços duráveis não são necessariamente destruídos pelo consumo. O que pode ocorrer é o desgaste natural com a sua utilização, portanto, caracterizam-se por ter vida útil não passageira.

Mayara Marins; 18/05/2018

## DA RESPONSABILIDADE POR VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

São **impróprios** ao uso e consumo:

MCTM98

I - os produtos cujos prazos de validade estejam **vencidos**;

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

III - os produtos que se revelem **inadequados ao fim a que se destinam**.

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

I - o abatimento proporcional do preço;

II - complementação do peso ou medida;

III - a substituição do produto por outro da mesma espécie;

IV - a restituição imediata da quantia paga atualizada.

**Slide 13**

---

**MCTM98**

Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores

Mayara Marins; 18/05/2018

## DA DECADÊNCIA E DA PRESCRIÇÃO MCTM44

MCTM45

MCTM62

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação **caduca** em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos **não duráveis**;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos **duráveis**.

MCTM63

§ 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§ 2º **Obstam** a decadência: MCTM60

MCTM58

I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

II - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento. MCTM59

**§ 3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.**

Art. 27. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista na Seção II deste Capítulo, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria. MCTM61

## Slide 14

---

**MCTM44** perda de um direito, por motivos do não exercício pelo seu titular.

Mayara Marins; 17/05/2018

**MCTM45** PRESCRIÇÃO - Perde o direito de exigir.  
DECADÊNCIA - Perde o direito.

Mayara Marins; 17/05/2018

**MCTM58** Com relação ao primeiro inciso, não se exige que a reclamação seja por escrito. Pode-se dar por meio eletrônico, oral, telefônico etc. É importante que o consumidor indique meios para comprovar sua reclamação como número de protocolo e outros dados que se fizerem necessários.

A partir de 1º de dezembro de 2008, entrou em vigor o Decreto 6.523, que fixa normas gerais sobre os serviços de atendimento ao consumidor (SAC). Em seu artigo 15, parágrafo 3º, está estipulado que "é obrigatória manutenção da gravação das chamadas efetuadas para o SAC, pelo prazo mínimo de 90 (noventa) dias, durante o qual o consumidor poderá requerer acesso ao seu conteúdo".

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM59** A outra hipótese, mais rara de acontecer, é a possibilidade de se obstar o curso do prazo decadencial através do inquérito civil, que é o procedimento administrativo investigatório utilizado pelo Ministério Público para apurar lesão a direitos coletivos, permitindo posterior ajuizamento de ação coletiva. Tal procedimento tem previsão na Constituição (artigo 129, III) e na Lei 7.347/85 (Lei de Ação Civil Pública).

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM60** A doutrina tem entendido que, apesar das discussões técnicas acerca do tema, a melhor solução seria entender que o termo "obstar" teria o mesmo significado de interrupção, ou seja, o prazo, uma vez obstado, começaria a contar do início novamente. Tal entendimento se coaduna mais com o caráter protetivo do Código de Defesa do Consumidor

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM61** Veja-se que na primeira conjectura (art. 26 – decadência) a legislação resolve a medida extrajudicial a ser tomada pelo consumidor junto ao fornecedor de produtos e serviços nas hipóteses em que constatados vícios aparentes ou fácil constatação. Trata-se aqui da citada "garantia do produto", a qual não reclamada no prazo fixado pela lei, decaí o direito de requer extrajudicialmente.

Doutro norte, na segunda proposição (art. 27 – prescrição), a lei destaca o prazo em que o consumidor pode reclamar pelos danos causados pelo serviço ou produto em juízo.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM62** Deste modo, o não reclamo na forma do art. 26 do CDC, seja ele inexistente ou fora do tempo, não obsta a busca por reparação pelo dano em juízo, na forma do art. 27 do mesmo Diploma, pois versam em lugar temporal e pedidos diferentes, no primeiro se pretende o conserto ou substituição do produto ou serviço, no segundo pugna em juízo pela reparação do dano causado por eles.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM63** Produtos ou serviços não duráveis são aqueles que se esgotam ao primeiro uso ou em pouco tempo após a aquisição, ou seja, aqueles são naturalmente destruídos na sua utilização.

Os produtos ou serviços duráveis não são necessariamente destruídos pelo consumo. O que pode ocorrer é o desgaste natural com a sua utilização, portanto, caracterizam-se por ter vida útil não passageira.

## DA DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA

Art. 28. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, **houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social.** A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.

§ 1º (Vetado). MCTM64

§ 2º As sociedades integrantes dos grupos societários e as sociedades controladas, são subsidiariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§ 3º As sociedades consorciadas são solidariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código. MCTM66

§ 4º As sociedades coligadas só responderão por culpa. MCTM65

**§ 5º Também poderá ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.**

## Slide 15

---

### **MCTM64** APLICAÇÃO DA TEORIA MENOR !!!!

No caso do CDC o requisito autorizador é objetivo, ou seja, basta a insolvência da pessoa jurídica. Havendo óbices ao ressarcimento do consumidor, por não serem encontrados bens suficientes da pessoa jurídica, poderá o juiz desconsiderar a personalidade para adentrar no patrimônio dos sócios

Mayara Marins; 18/05/2018

### **MCTM65** As sociedades são coligadas quando uma participa com 10% ou mais do capital da outra, sem controlá-la. Responsabilidade Subjetiva (só respondem por culpa)

Mayara Marins; 18/05/2018

### **MCTM66** As companhias e quaisquer outras sociedades, sob o mesmo controle ou não, podem constituir consórcio para executar determinado empreendimento. Considerando o ato específico, a responsabilidade é solidária. ex.: construção de usina hidroeletrica. Varias empresas, um empreendimento, resp. solidária relativa ao fato em si.

Mayara Marins; 18/05/2018

## DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

### A) Da Oferta - Art. 30 a 35

- ❖ Toda informação ou publicidade **obriga o fornecedor** que a fizer veicular ou dela se utilizar **e integra o contrato** que vier a ser celebrado.
- ❖ 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. MCTM78
- ❖ Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição **enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.** MCTM79
- ❖ Oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial. MCTM80
- ❖ Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, **alternativamente e à sua livre escolha**: I - **exigir o cumprimento forçado da obrigação**; II - **aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente**; III - **rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.**

## Slide 16

---

- MCTM78** Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. (Incluído pela Lei nº 11.989, de 2009)  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM79** Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM80** Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. (Incluído pela Lei nº 11.800, de 2008).  
Mayara Marins; 18/05/2018

## DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

### B) Da Publicidade

**Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.**

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

MCTM82

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, **inteira ou parcialmente falsa**, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, **capaz de induzir em erro o consumidor** a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. MCTM81

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade **discriminatória de qualquer natureza**, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de **induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança**. MCTM83

## Slide 17

---

**MCTM81** publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Um exemplo: compro um laptop justamente pela expectativa de usá-lo sem necessidade de energia elétrica, através da bateria, e não fui avisada de que a bateria dele só duraria 15 minutos. Esse dado seria essencial a minha escolha e não me foi dito: é a omissão de um dado essencial.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM82** compro 400 gramas e recebo 300 gramas; comprei um shampoo que teria validade de 1 ano e só vale 6 meses e daí por diante.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM83** A multa aplicada à Mattel no valor de R\$ 534 mil se deu pela veiculação de filmes publicitários da linha da Barbie (assista), que foram considerados inadequados por projetar uma preocupação excessiva com a aparência, consumo excessivo de produtos e inserção precoce da criança no mundo adulto.

a empresa Dunga, dos Biscoitos Spuleta, foi multada em quase R\$ 160 mil por promover anúncio publicitário (assista) que estimulava a interação entre fantasia e realidade a partir do consumo de seus alimentos.

Mayara Marins; 18/05/2018

## DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

### C) Das Práticas Abusivas – Art. 39 – É vedado:

- Venda Casada;
- Recusar a venda de produto, tendo em estoque;
- Enviar ou entregar produto ou serviço, sem ser solicitado; MCTM85
- Aproveitar da fraqueza ou ignorância do consumidor para forçar consumo;
- Exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;
- Executar serviços sem a elaboração de orçamento e autorização expressa;
- Repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor; MCTM84
- Colocar no mercado produto em desacordo com as normas (ABNT, CONMETRO);
- Elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços;
- Deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação;
- Deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério;
- Permitir a entrada de mais pessoas no estabelecimento do que o permitido.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços. MCTM86

Orçamento aprovado - obriga os contraentes e só pode ser alterado de comum acordo  
Acréscimo não previsto no orçamento – Sem ônus ao consumidor.

## Slide 18

---

**MCTM84** Como exemplo o professor citou um caso que aconteceu com ele com as trocas sucessivas de uma calça na loja por causa da mesma desbotar quando da lavagem. O professor então ameaçou à Gerente em ficar de cueca na porta da Loja. Imagine se um tempo após o ocorrido, a Gerente o encontra no shopping, e a cada loja que ele entra para comprar algo, a Gerente entra atrás sugerindo ao gerente e vendedores a não fazer negócio com ele, face à sua conduta no evento da calça. Isto não é permitido.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM85** Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM86** § 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

Mayara Marins; 18/05/2018

## DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

**D) Da Cobrança de Dívidas – Art. 42** - Não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça – Se ocorrer: **repetição do indébito.** MCTM73 MCTM76

- Art. 42-A. Em todos os documentos de cobrança de débitos apresentados ao consumidor, deverão constar o nome, o endereço e o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF ou no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ **do fornecedor do produto ou serviço correspondente.**

**E) Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores – Art. 43** MCTM72

MCTM74

- Acesso às informações existentes (cadastros, fichas, registros e dados de consumo);
- Cadastros e dados objetivos, claros e verdadeiros;
- Informações negativas – Últimos 5 anos (Prescrição); MCTM77
- Sistemas de Proteção ao Crédito – Não fornecer após prescrição.

## Slide 19

---

### MCTM72

Mayara Marins 18/05/2018

Na semana passada, foi aprovado na Câmara dos Deputados o texto-base de um projeto de lei que prevê a adesão automática de todos os consumidores ao cadastro positivo.

A mudança impacta o bolso do consumidor. Quem tiver uma nota boa no cadastro terá condições melhores para comprar um carro, um imóvel ou até uma geladeira, e quem tiver uma nota ruim pode sofrer contratempos para tomar um empréstimo.

Quem não quiser participar dos cadastros pode sair a qualquer momento.

Mayara Marins; 18/05/2018

### MCTM73

Mayara Marins 18/05/2018

"Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:

Pena: Detenção de três meses a um ano e multa."

Mayara Marins; 18/05/2018

### MCTM74

Mayara Marins 18/05/2018

No banco de dados, essas informações são coletadas no mercado, sendo utilizadas normalmente por empresas que prestam serviços de proteção ao crédito. Essas empresas são consideradas, pelo Código de Defesa do Consumidor Brasileiro – Lei 8.078/90, entidades de caráter público.

No que tange ao cadastro, este é composto pelas informações fornecidas pelo próprio consumidor, no momento de abertura de um crediário, ou seja, informações que serão utilizadas internamente pelas empresas para a concessão, ou não, do crédito. Em muitos casos, inclusive, faz parte desse cadastro o resultado da consulta realizada junto aos serviços de proteção ao crédito – exemplos: SPC, SERASA.

Mayara Marins; 18/05/2018

### MCTM76

Mayara Marins 18/05/2018

valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

Mayara Marins; 18/05/2018

### MCTM77

Mayara Marins 18/05/2018

A contar da data em que a dívida venceu, ou seja, data em que deveria ter sido paga e não da data em que foi feito o cadastro.

Mayara Marins; 18/05/2018

## QUESTÕES

Ano: 2018 - Banca: FCC - Órgão: DPE-AP - Prova: [Defensor Público](#)

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

- A) Não há previsão expressa no Código de Defesa do Consumidor a respeito do tema, mas sim em normas administrativas editadas pelo Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. MCTM99
- B) A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios, tomando conhecimento da periculosidade ou insegurança de produtos ou serviços deverão alertar os consumidores diretamente. MCTM100
- C) É obrigação do fornecedor, tendo colocado o produto ou serviço no mercado, avisar imediatamente as autoridades competentes para que estas deem publicidade ao acontecimento, evitando-se impactos econômicos. MCTM101
- D) Se a periculosidade ou risco à segurança era conhecido pelo consumidor, haja vista que publicizada na fase précontratual, não há medida exigida pelo Código de Defesa do Consumidor em relação ao fornecedor. MCTM102
- E) Os anúncios que deverão ser veiculados na imprensa e outras fontes de comunicação serão gratuitos ao fornecedor, com o fim de atingir o maior número de consumidores e dar celeridade à notícia. MCTM103

## Slide 20

---

- MCTM99** Art. 9º 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.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM100** Art. 10. § 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM101** Art. 9º § 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM102** Art. 8º 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.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM103** Art. 10. § 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.  
Mayara Marins; 18/05/2018

**Ano: 2018 - Banca: FCC - Órgão: DPE-AP - Prova: [Defensor Público](#)**

Sobre a oferta, quando relacionada a práticas comerciais, o Código de Defesa do Consumidor prevê expressamente que

a) os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição por, no mínimo, cinco anos após a realização da compra do produto pelo consumidor. **MCTM104**

b) o consumidor poderá, se o fornecedor se recusar ao cumprimento da oferta, obedecendo esta ordem, exigir o cumprimento forçado da obrigação, aceitar outro produto equivalente, rescindir o contrato. **MCTM105**

c) as informações necessárias à apresentação da oferta, em produtos refrigerados, deverão ser gravadas de forma indelével. **MCTM106**

d) estão proibidas as expressões que não permitam precisão na avaliação do produto, tais como “o melhor do mundo”, “o mais incrível” e, se praticadas, integrarão a oferta veiculada ao consumidor. **MCTM107**

e) o consumidor final e efetivo do produto ou serviço está protegido pela oferta. **MCTM108**

## Slide 21

---

**MCTM104** Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM105** Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM106** Art. 31. 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.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM107** Vale lembrar que os exageros (puffing), desde que não sejam capazes de induzir o consumidor a erro, por serem comuns e socialmente aceitos, como, por exemplo, o 'melhor carro do mundo' ou 'a comida mais saborosa do mercado, não sofrem a incidência do princípio da transparência da fundamentação, justamente porque o exagero é evidente e inofensivo ao consumidor".(CDC COMENTADO, LEONARDO GACIA, 2013, PÁG. 299).

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM108** 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.

Mayara Marins; 18/05/2018

**Ano:** 2018 - **Banca:** FCC - **Órgão:** DPE-AM - **Prova:** [Defensor Público](#)

De acordo com disposição expressa do Código de Defesa do Consumidor:

- I. É abusiva qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. **MCTM109**
- II. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 15 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou em domicílio. **MCTM110**
- III. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. **MCTM111**
- IV. São nulas de pleno direito as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias. **MCTM112**

Está correto o que se afirma APENAS em

- a) III e IV.    b) II, III e IV.    c) I e II.  
d) I e IV.        e) I, II e III.

## Slide 22

---

- MCTM109** Art. 37. § 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM110** Artigo 49 do CDC: O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM111** Art. 28 CDC. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.
- OBS: Lembrando que o CDC adotou a Teoria menor de desconsideração da personalidade jurídica, e o Código Civil adotou a teoria Maior. Segundo a teoria maior, adotada pelo art. 50, do CC, para efeito de desconsideração, exige-se o requisito específico do abuso caracterizado pelo desvio de finalidade ou confusão patrimonial. Já a teoria menor, mais fácil de ser aplicada, adotada pelo CDC e pela legislação ambiental, não exige a demonstração de tal requisito (Confira: REsp. 279273 SP).  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM112** Art. 51 CDC. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: XVI - possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias.  
Mayara Marins; 18/05/2018

**Ano: 2018 - Banca: FCC - Órgão: DPE-AM - Prova: [Defensor Público](#)**

A respeito dos bancos de dados e cadastros de consumidores, NÃO está expresso no Código de Defesa do Consumidor:

a) Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores. **MCTM113**

b) O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas. **MCTM114**

c) Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público. **MCTM115**

d) Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a dez anos. **MCTM116**

e) Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-los pública e anualmente. **MCTM117**

## Slide 23

---

- MCTM113** (Art. 43, § 5º) Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM114** (Art. 43, § 3º) O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM115** (Art. 43, § 4º) Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM116** (Art. 43 § 1º) Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.  
Mayara Marins; 18/05/2018
- MCTM117** (Art. 44) Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor  
Mayara Marins; 18/05/2018

**Ano:** 2018 - **Banca:** CESPE - **Órgão:** DPE-PE - **Prova:** [Defensor Público](#)

Após ter sofrido grave acidente, Mariana contratou o fisioterapeuta Carlos para cuidar de sua reabilitação. Contudo, o tratamento foi mal sucedido, e Mariana, por considerar que ficou inabilitada para o trabalho por tempo excessivo em razão da ineficiência e da má qualidade do serviço, deseja ajuizar demanda contra Carlos, para pleitear lucros cessantes.

Nessa situação hipotética, Mariana deve ajuizar ação de responsabilidade:

- a) pelo vício do serviço, e a responsabilidade de Carlos é subjetiva. MCTM119
- b) pelo fato do serviço, e a responsabilidade de Carlos é subjetiva. MCTM118
- c) pelo vício do serviço, e a responsabilidade de Carlos é objetiva.
- d) pelo fato do serviço, e a responsabilidade de Carlos é objetiva. MCTM120
- e) com base no Código Civil, porque não houve relação de consumo.

## Slide 24

---

**MCTM118** Haverá fato do produto ou do serviço sempre que o defeito, além de atingir a incolumidade econômica do consumidor, atinge sua incolumidade física ou psíquica. Nesse caso, haverá danos à saúde física ou psicológica do consumidor. Em outras palavras, o defeito exorbita a esfera do bem de consumo, passando a atingir o consumidor.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM119** Haverá vício quando o “defeito” atingir meramente a incolumidade econômica do consumidor, causando-lhe tão somente um prejuízo patrimonial. Nesse caso, o problema é intrínseco ao bem de consumo.

Mayara Marins; 18/05/2018

**MCTM120** A responsabilidade é subjetiva como se percebe do CDC, art. 14, § 4º “A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa”.

Mayara Marins; 18/05/2018