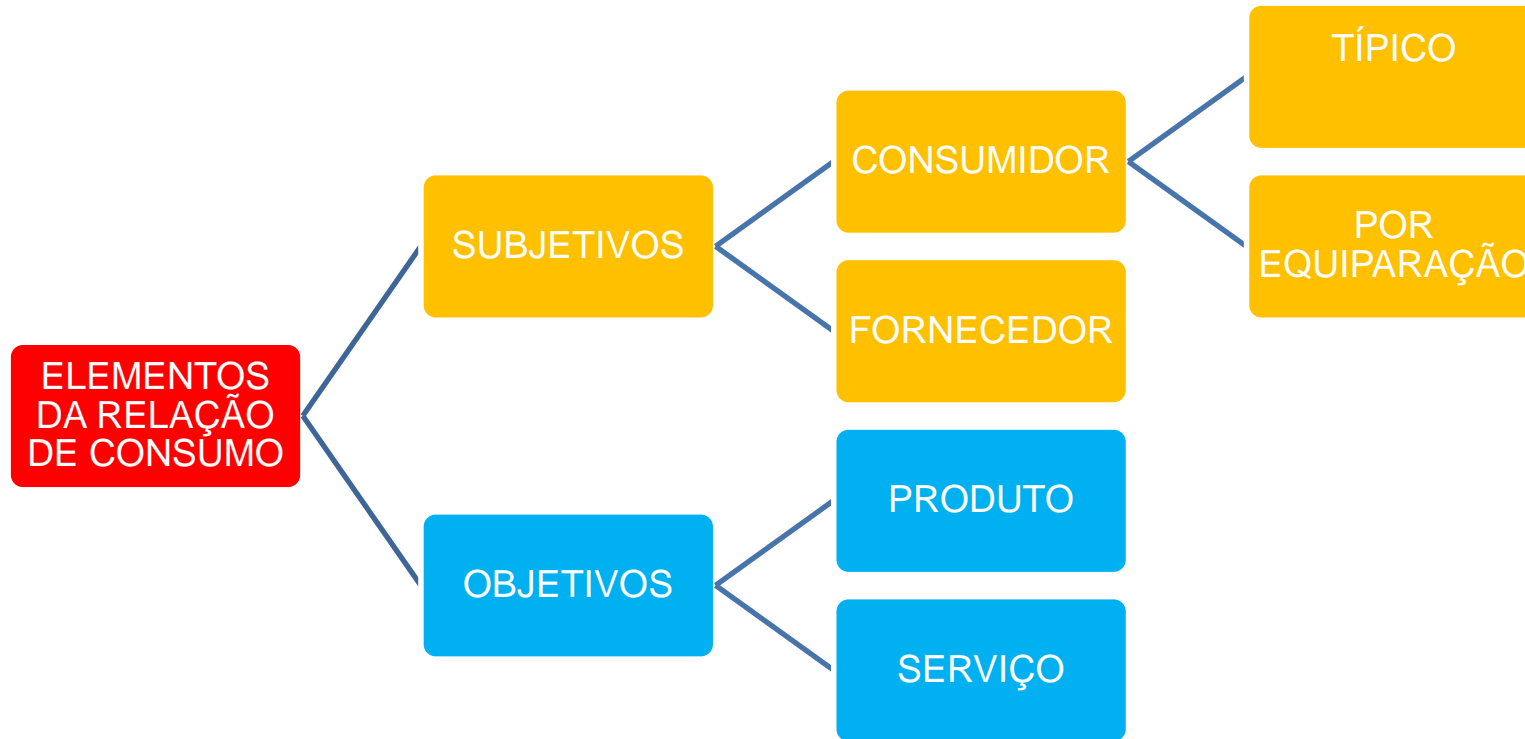


AULÃO – DIREITO DO CONSUMIDOR

EXAME DE ORDEM XXVIII

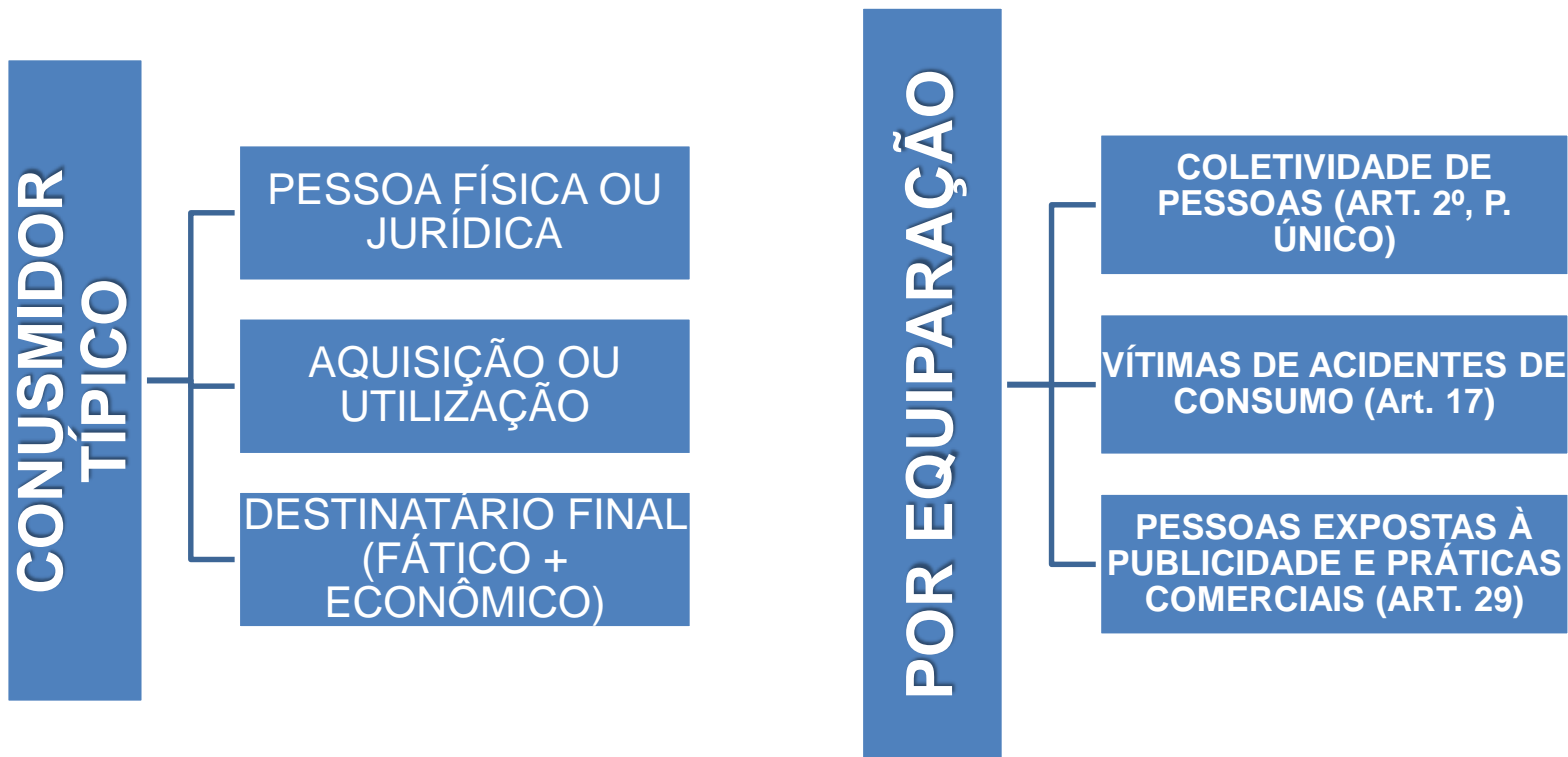
Prof. Eduardo Henrique Costa
@prof.eduardocosta

ELEMENTOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO



Instagram: @prof.eduardocosta


CONCEITO DE CONSUMIDOR



Instagram: @prof.eduardocosta

TEORIAS SOBRE O CONCEITO DE CONSUMIDOR

TEORIA FINALISTA/SUBJETIVA

CONCEITO: Segundo ela, somente é considerado consumidor o destinatário final fático e econômico do bem/ serviço (consumidor final). O consumo intermediário (aquisição para reemprego em outra atividade produtiva) não gera em regra relação de consumo. 


“PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NOS EMBARGOS DE DECLARAÇÃO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. APLICAÇÃO DO CDC. **TEORIA FINALISTA**. RELAÇÃO DE CONSUMO NÃO CARACTERIZADA. ACÓRDÃO RECORRIDO CONFORME A JURISPRUDÊNCIA DO STJ. SÚMULA N. 83 DO STJ. DECISÃO MANTIDA.

1. O posicionamento adotado no acórdão recorrido coincide com a orientação desta Corte Superior, a saber: "o Código de Defesa do Consumidor não se aplica no caso em que o produto ou serviço é contratado para implementação de atividade econômica, já que não estaria configurado o destinatário final da relação de consumo (teoria finalista ou subjetiva)" (AgRg no AREsp n. 557.718/SP, Relator Ministro RAUL ARAÚJO, QUARTA TURMA, julgado em 24/5/2016, DJe 10/6/2016).”

(STJ. AgInt nos EDcl no AREsp 630212)

TEORIAS SOBRE O CONCEITO DE CONSUMIDOR

TEORIA FINALISTA APROFUNDADA/MITIGADA

CONCEITO: A teoria é uma flexibilização da teoria finalista. Naquela somente o destinatário final pode ser alcançado pelo conceito de consumidor rechaçando-se qualquer caso de consumo intermediário. A jurisprudência do STJ aplica o CDC para o consumidor intermediário de forma excepcional, desde que comprovado no caso concreto a sua vulnerabilidade em face do fornecedor. Portanto, é uma teoria subsidiária à teoria finalista. 

“AGRAVO INTERNO - AGRAVO - INDENIZAÇÃO - ATRASO NA ENTREGA DE IMÓVEL - ARTIGOS 165, 458 E 535, DO CPC - PREQUESTIONAMENTO - REEXAME DE PROVAS - APLICAÇÃO DO CÓDIGO DO CONSUMIDOR - TEORIA FINALISTA MITIGADA.

1.- Tendo o Tribunal de origem fundamentado o posicionamento adotado com elementos suficientes à resolução da lide, não há que se falar em ofensa aos artigos 165, 458 e 535, do CPC.

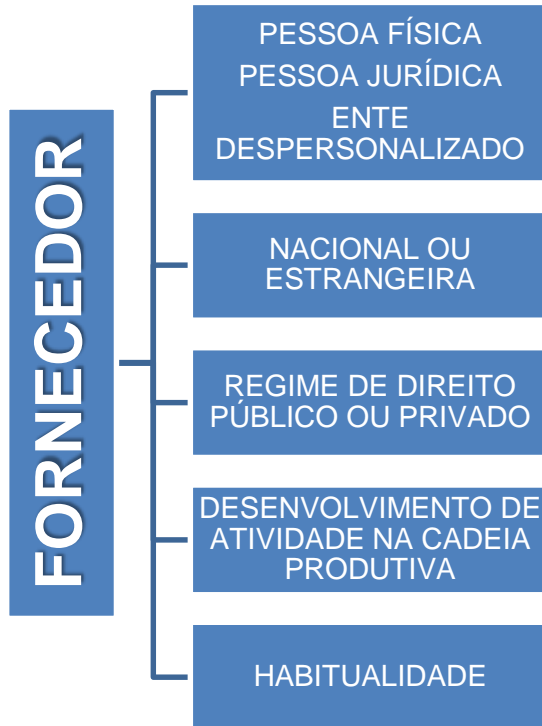
2.- Não examinada a matéria objeto do Recurso Especial pela instância a quo, mesmo com a oposição dos Embargos de Declaração, incide o enunciado 211 da Súmula do Superior Tribunal de Justiça.

(...)

4.- **A jurisprudência desta Corte tem mitigado a teoria finalista para autorizar a incidência do Código de Defesa do Consumidor nas hipóteses em que a parte (pessoa física ou jurídica), embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade. Precedentes. 5.- Agravo Regimental improvido.”**

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

CONCEITO DE FORNECEDOR



Instagram: @prof.eduardocosta

ELEMENTOS OBJETIVOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

PRODUTO

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

SERVIÇO

§ 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.

Instagram: @prof.eduardocosta

QUESTÃO - PROVA FGV – DPE/RJ -2014

Sérgio adquiriu, em uma grande loja, uma furadeira nova a ser utilizada principalmente para fixar suportes para quadros na parede de seu novo apartamento. Ocorre que quando da utilização da máquina, em decorrência de um defeito de fábrica, a broca se desprende e foi lançada violentamente pela janela, vindo a atingir o rosto de Vanildo, que seguia para seu trabalho e passava, naquele momento, pelo local, causando-lhe sérias lesões.

Após ser prontamente socorrido por Sérgio e encaminhado para o serviço de emergência de um hospital próximo, Vanildo procurou a Defensoria Pública. É correto afirmar que na hipótese.

- a) Vanildo não integra relação de consumo, já que a furadeira não foi adquirida por ele.
- b) Vanildo é consumidor por equiparação, podendo se valer das regras do Código de Defesa do Consumidor.
- c) Vanildo, mesmo não sendo consumidor, pode se valer das regras do Código de Defesa do Consumidor em virtude do princípio da harmonização dos interesses.
- d) Vanildo, mesmo não sendo consumidor, pode se valer das regras do Código de Defesa do Consumidor em virtude do princípio da vulnerabilidade.

Instagram: @prof.eduardocosta

DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

DIREITO À REVISÃO CONTRATUAL

| | |
|---|--------------------------------------|
| TEORIA DA IMPREVISÃO (478, CC) | TEORIA DA BASE OBJETIVA (6º, V, CDC) |
| RELAÇÃO DIFERIDA OU CONTINUADA | RELAÇÃO DIFERIDA OU CONTINUADA |
| ONEROSIDADE EXCESSIVA | ONEROSIDADE EXCESSIVA |
| EXIGE A IMPREVISIBILIDADE (ELEMENTO PRÉ NEGOCIAL) | <u>DISPENSA</u> DE IMPREVISIBILIDADE |

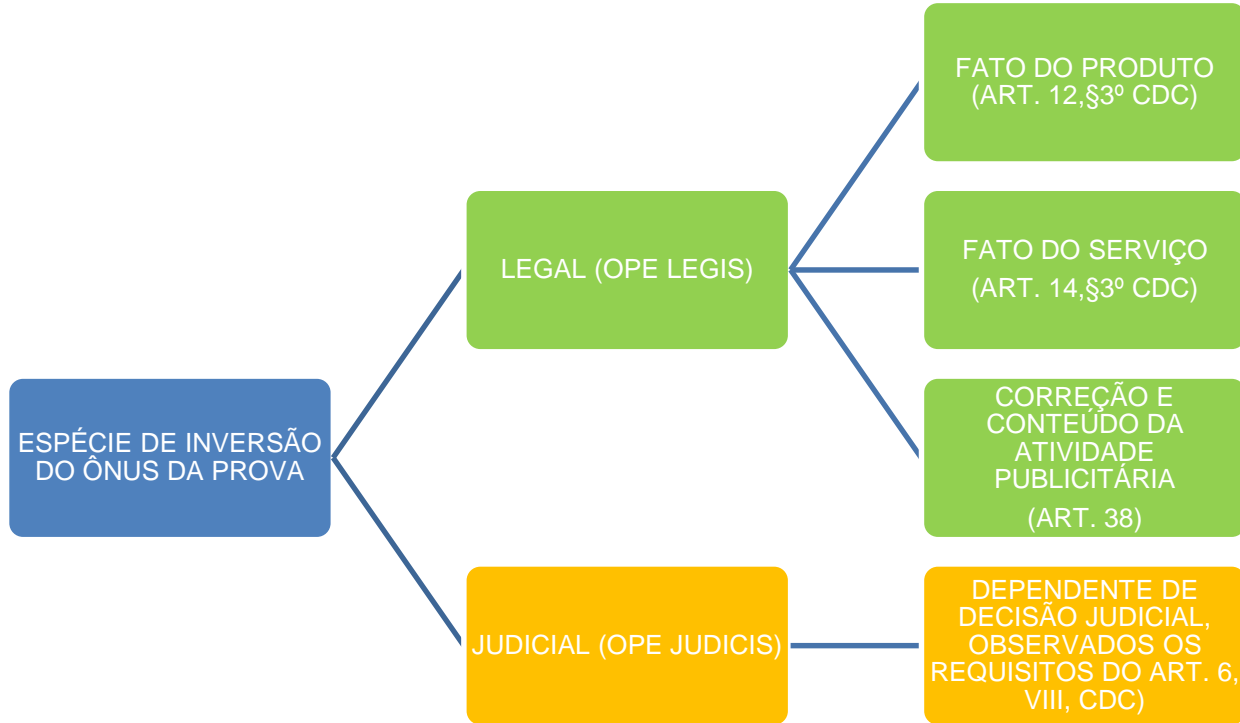
Instagram: @prof.eduardocosta

DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR



Instagram: @prof.eduardocosta

DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR



Instagram: @prof.eduardocosta

RESPONSABILIDADE CIVIL NO CDC

Instagram: @prof.eduardocosta

CDC ADOTA TEORIA DO RISCO DA ATIVIDADE OU DO EMPREENDIMENTO

CDC ADOTA O MODELO DE RESPONSABILIDADE OBJETIVA, OU SEJA, INDEPENDENTE DE CULPA

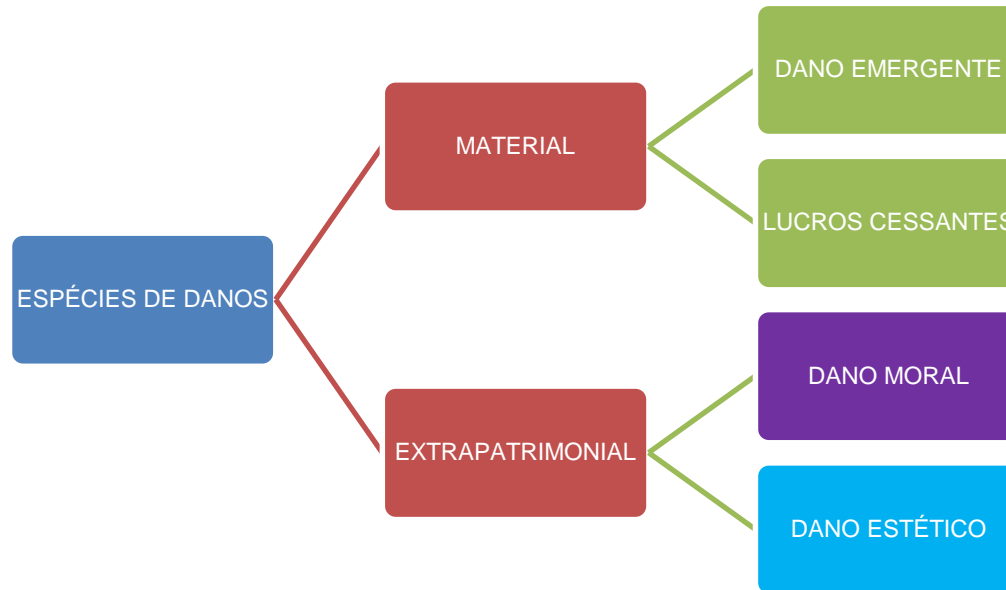
PROFISSIONAIS LIBERAIS RESPONDEM SUBJETIVAMENTE. NECESSIDADE VERIFICAÇÃO DE CULPA

EM REGRA, TODA A CADEIA FORNECEDORA RESPONDE SOLIDARIAMENTE

EXCEÇÕES:
1 - RESPONSABILIDADE DO COMERCIANTE PELO FATO DO PRODUTO É SUBSIDIÁRIA (art.13)

EXCEÇÕES:
RESPONSABILIDADE DO COMERCIANTE POR VÍCIO DE QUANTIDADE POR FALHA EM INSTRUMENTO DE PESAGEM E AFERIÇÃO É EXCLUSIVA (art.19, §2º)

RESPONSABILIDADE CIVIL NO CDC



SÚMULA 37/STJ - São cumuláveis as indenizações por dano material e dano moral oriundos do mesmo fato.

SÚMULA 387/STJ - É lícita a cumulação das indenizações de dano estético e dano moral.

Instagram: @prof.eduardocosta

RESPONSABILIDADE CIVIL NO CDC

EXCLUDENTES DE RESPONSABILIDADE CIVIL

FATO DO PRODUTO (art. 12,§3º)

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

I - que não colocou o produto no mercado;

II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;

III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

FATO DO SERVIÇO (art. 14,§3º)

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

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

II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Instagram: @prof.eduardocosta

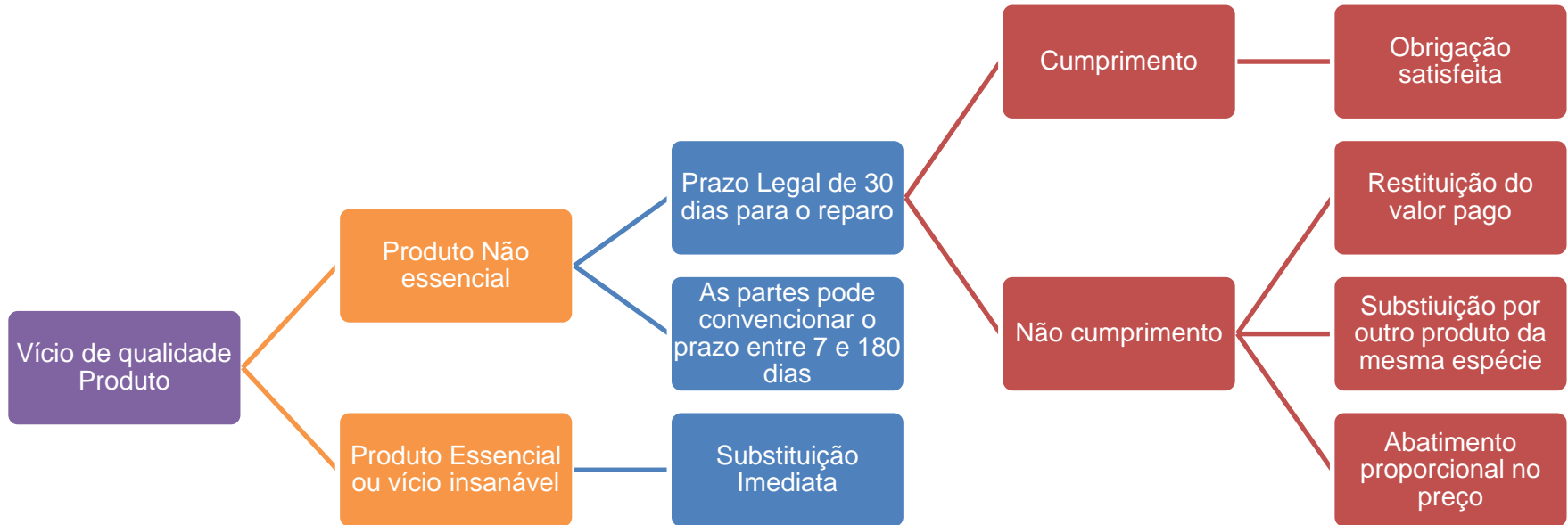
RESPONSABILIDADE CIVIL NO CDC

ATENÇÃO 1: O rol de excludentes de responsabilidade não é taxativo. A jurisprudência do STJ considera o caso fortuito/força maior. Mas somente o fortuito externo afasta a responsabilidade; o fortuito interno, jamais! Ex: Assalto à ônibus é fortuito externo.

ATENÇÃO 2: CULPA CONCORRENTE não é excludente de responsabilidade, mas fundamento para redução proporcional da responsabilidade do fornecedor. Ex: *Consumidor que não atende a chamado de recall da montadora de seu veículo e, em razão desse falha mecânica não consertada sofre um acidente. A responsabilidade do fornecedor é indubitável por colocar um produto defeituoso no mercado, mas será reduzida na medida em que o consumidor também contribuiu para o sinistro.*

Instagram: @prof.eduardocosta

RESPONSABILIDADE CIVIL NO CDC



Instagram: @prof.eduardocosta

QUESTÃO - EXAME DE ORDEM XXIV

Os arquitetos Everton e Joana adquiriram pacote de viagens para passar a lua de mel na Europa, primeira viagem internacional do casal. Ocorre que o trajeto do voo previa conexão em um país que exigia visto de trânsito, tendo havido impedimento do embarque dos noivos, ainda no Brasil, por não terem o visto exigido. O casal questionou a agência de turismo por não ter dado qualquer explicação prévia nesse sentido, e a fornecedora informou que não se responsabilizava pela informação de necessidade de visto para a realização da viagem. Diante do caso apresentado, assinale a afirmativa correta.

- A) Cabe ação de reparação por danos extrapatrimoniais, em razão da insuficiência de informação clara e precisa, que deveria ter sido prestada pela agência de turismo, no tocante à necessidade de visto de trânsito para a conexão internacional prevista no trajeto.
- B) Não houve danos materiais a serem ressarcidos, já que os consumidores sequer embarcaram, situação muito diferente de terem de retornar, às próprias expensas, diretamente do país de conexão, interrompendo a viagem durante o percurso.
- C) Não ocorreram danos extrapatrimoniais por se tratar de pessoas que tinham capacidade de leitura e compreensão do contrato, sendo culpa exclusiva das próprias vítimas a interrupção da viagem por desconhecerem a necessidade de visto de trânsito para realizarem a conexão internacional.
- D) Houve culpa exclusiva da empresa aérea que emitiu os bilhetes de viagem, não podendo a agência de viagem ser culpabilizada, por ser o comerciante responsável subsidiariamente e não responder diretamente pelo fato do serviço.

Instagram: @prof.eduardocosta

PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA

DECADÊNCIA

Art. 26, CDC

➤ Vício

PRAZOS:

- BENS/SERVIÇOS DURÁVEIS: 90 DIAS
- BENS/SERVIÇOS NÃO DURÁVEIS: 30 DIAS

CONTAGEM DO PRAZO:

- 1- A PARTIR DA ENTREGA DO PRODUTO OU CONCLUSÃO DO SERVIÇO
- 2- NO VÍCIO OCULTO, O PRAZO INICIA-SE COM A CIÊNCIA DO PROBLEMA

PRESCRIÇÃO

Art. 27, CDC

➤ Defeito

PRAZOS: 5 ANOS

➤ DANOS DECORRENTES DO FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

CONTAGEM DO PRAZO: CIÊNCIA DO DANO E DE SUA AUTORIA

Instagram: @prof.eduardocosta

PUBLICIDADE

PUBLICIDADE NO CDC

PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO À OFERTA

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

OPÇÕES ANTE O DESCUMPRIMENTO DA OFERTA

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.**

Instagram: @prof.eduardocosta

PUBLICIDADE

PUBLICIDADE ENGANOSA

- Conteúdo falso (total ou parcial)
- Conteúdo capaz de induzir a erro
- Praticado por Ação ou Omissão
- Caráter Objetivo

PUBLICIDADE ABUSIVA

- Conteúdo social ou ideologicamente inadequado
- _____
- Praticado por Ação
- Caráter subjetivo

Instagram: @prof.eduardocosta

PRÁTICAS ABUSIVAS

PRÁTICAS ABUSIVAS

- Ausência de conceito expresso
- Rol não taxativo art. 39
- Abuso de Direito – art. 187, CC
- Ilicitude decorrente do excesso na conduta

REPETIÇÃO DO INDÉBITO EM DOBRO

- Previsão no art. 42, P. Único.
- Consumidor cobrado de forma indevida
- Efetivo pagamento da cobrança indevida
- A falta de má fé do fornecedor gera ressarcimento simples.

Instagram: @prof.eduardocosta

BANCO DE DADOS

FLUXO PARA RESTRIÇÃO CREDITÍCIA DO CONSUMIDOR

RESPONSABILIDADE DE COMUNICAÇÃO AO CONSUMIDOR: Súmula 359/STJ: Cabe ao órgão mantenedor do Cadastro de Proteção ao Crédito a notificação do devedor antes de proceder à inscrição.

FORMA DE COMUNICAÇÃO AO CONSUMIDOR: Súmula 404/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.

PRAZO DE PERMANÊNCIA POR INADIMPLÊNCIA: Súmula 323/STJ: A inscrição de inadimplente pode ser mantida nos serviços de proteção ao crédito por, no máximo, cinco anos.

PRAZO DE PERMANÊNCIA APÓS O PAGAMENTO: Súmula 548/STJ: Incumbe ao credor a exclusão do registro da dívida em nome do devedor no cadastro de inadimplentes no prazo de cinco dias úteis, a partir do integral e efetivo pagamento do débito.

UTILIZAÇÃO LÍCITA DO MÉTODO SCORE: Súmula 550/STJ: A utilização de escore de crédito, método estatístico de avaliação de risco que não constitui banco de dados, dispensa o consentimento do consumidor, que terá o direito de solicitar esclarecimentos sobre as informações pessoais valoradas e as fontes dos dados considerados no respectivo cálculo.

Instagram: @prof.eduardocosta

BANCO DE DADOS

HIPÓTESES EM QUE A INSCRIÇÃO INDEVIDA OU AUSÊNCIA DE INFORMAÇÃO NÃO GERAM DANO MORAL

SÚMULA 385/STJ: Da anotação irregular em cadastro de proteção ao crédito, não cabe indenização por dano moral, quando preexistente legítima inscrição, ressalvado o direito ao cancelamento.”

A utilização dos dados extraídos dos registros do cartório de protesto, por órgão cadastral de proteção ao crédito, desde que se trate de reprodução fiel, atualizada, objetiva e clara, não gera o dever de reparar os danos causados ao consumidor, ainda que não tenha este sido previamente cientificado da inclusão de tais informações na base de dados do órgão de proteção.

(STJ. 2ª Seção. REsp 1.444.469-DF e REsp 1.344.352-SP, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, julgados em 12/11/2014 (recurso repetitivo) (Info 554).

Instagram: @prof.eduardocosta

CONTRATOS DE CONSUMO

CONTRATOS PARITÁRIOS

“Os contratos paritários são espécie de contrato em que as partes encontram-se em igualdade de condições para discutir os termos do ato do negócio e fixar as cláusulas e condições contratuais; esta igualdade entre os sujeitos do negócio jurídico vincula o contrato paritário ao princípio da autonomia da vontade”

CONTRATOS DE ADESÃO (art. 54)

“é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo”

→ A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.

→ Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros, ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor

→ As cláusulas limitativas de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

Instagram: @prof.eduardocosta

CONTRATOS DE CONSUMO

VINCULAÇÃO E TRANSPARÊNCIA:

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

INTERPRETAÇÃO: Art. 47.

As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.

FORÇA VINCULANTE DOS DOCUMENTOS PRÉ CONTRATUAIS:

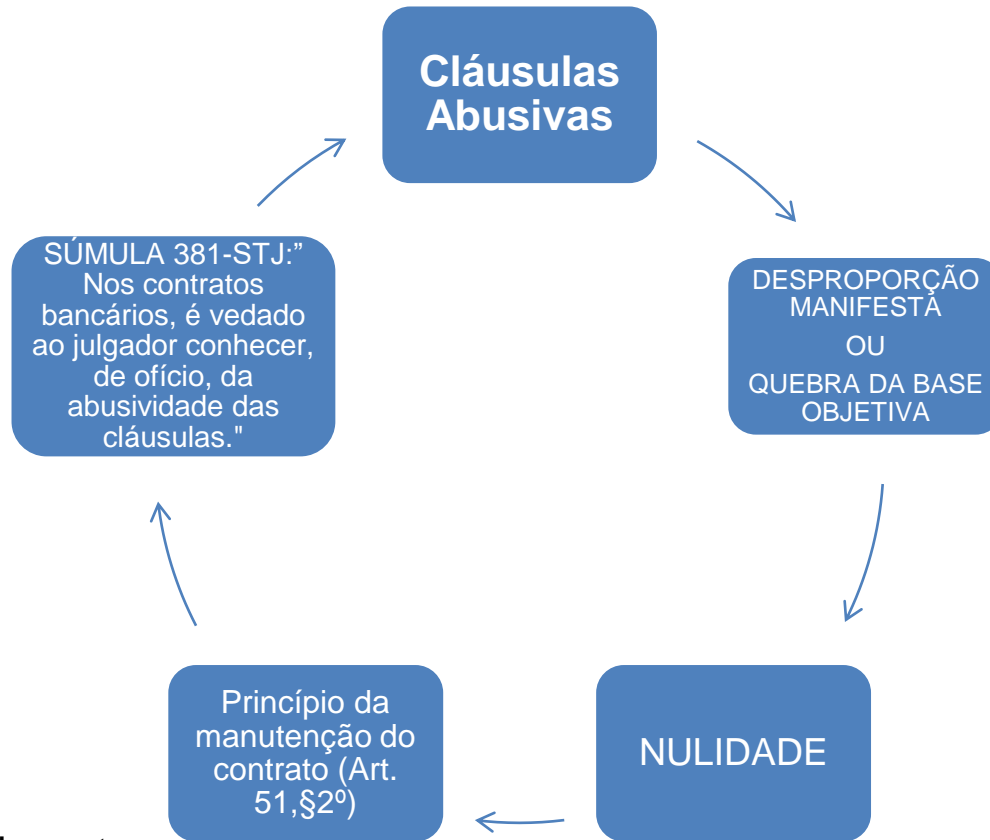
Art. 48. As declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor, ensejando inclusive execução específica, nos termos do art. 84 e parágrafos.

DIREITO DE REFLEXÃO OU ARREPENDIMENTO:

Art. 49. 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.

GARANTIA CONTRATUAL: Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

Instagram: @prof.eduardocosta



Instagram: @prof.eduardocosta

QUESTÃO - EXAME DE ORDEM XIX

Amadeu, aposentado, aderiu ao plano de saúde coletivo ofertado pelo sindicato ao qual esteve vinculado por força de sua atividade laborativa por mais de 30 anos. Ao completar 60 anos, o valor da mensalidade sofreu aumento significativo (cerca de 400%), o que foi questionado por Amadeu, a quem os funcionários do sindicato explicaram que o aumento decorreu da mudança de faixa etária do aposentado. A respeito do tema, assinale a afirmativa correta.

- A) O aumento do preço é abusivo e a norma consumerista deve ser aplicada ao caso, mesmo em se tratando de plano de saúde coletivo e, principalmente, que envolva interessado com amparo legal no Estatuto do Idoso.
- B) O aumento do preço é legítimo, tendo em vista que o idoso faz maior uso dos serviços cobertos e o equilíbrio contratual exige que não haja onerosidade excessiva para qualquer das partes, não se aplicando o CDC à hipótese, por se tratar de contrato de plano de saúde coletivo envolvendo pessoas idosas.
- C) O aumento do valor da mensalidade é legítimo, uma vez que a majoração de preço é natural e periodicamente aplicada aos contratos de trato continuado, motivo pelo qual o CDC autoriza que o critério faixa etária sirva como parâmetro para os reajustes econômicos.
- D) O aumento do preço é abusivo, mas o microsistema consumerista não deve ser utilizado na hipótese, sob pena de incorrer em colisão de normas, uma vez que o Estatuto do Idoso estabelece a disciplina aplicável às relações jurídicas que envolvam pessoa idosa.