

## INFORME JURÍDICO

ASSUNTO: Não cumprir oferta, apresentação ou publicidade suficientemente precisa.

TRIBUNAL: Superior Tribunal de Justiça

PALAVRAS-CHAVE: descumprimento E oferta E consumidor; oferta E consumidor; publicidade E consumidor.

NÚMERO DE JULGADOS: 224 acórdãos

ELABORAÇÃO: 08/01/19

### Ação coletiva

**01-** Proposta ação coletiva, esta deve ser publicada em edital no órgão oficial, a fim de que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes.

(Publicidade E Consumidor: Publicidade E Consumidor: 16 - STJ - EDcl no RECURSO ESPECIAL Nº 1.679.383 - SP - 2017/0137580-4)

(Publicidade E Consumidor: 21 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.679.383 - SP - 2017/0137580-4)

(Publicidade E Consumidor: 23 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.667.797 - SP - 2017/0091942-6)

(Publicidade E Consumidor: 26 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.653.664 - SP - 2017/0021655-3)

### Aplicabilidade do CDC

**02-** A emissora de televisão presta um serviço e como tal se subordina às regras do Código de Defesa do Consumidor.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 01- STJ- CONFLITO DE COMPETÊNCIA Nº 160.011 – MS- 2018/0191831-4)

**03-** Não incide o CDC na subscrição de ações, uma vez que não se trata de relação jurídica oriunda da prestação de serviços ou relação de consumo.

(Descumprimento E Oferta E Consumidor: 07- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 469.410 – RS- 2002/0119806-3)

**04-** A jurisprudência do STJ é pacífica acerca da aplicação do CDC aos contratos de plano de saúde.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 10 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº Nº 1.642.139 - MG- 2016/0316131-6)

**05-** Não cabe a figura do hipossuficiente, protegida pelo Código de Defesa do Consumidor, para relações comerciais firmadas entre empresas.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 52 – Oferta e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.102.848 – SP- 2008/0274493-2)

**06-** A cooperativa de crédito, ao ofertar crédito aos associados, integra o sistema financeiro nacional, de modo que está sujeita às normas do CDC, que autoriza a revisão de cláusulas e condições excessivamente onerosas.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 56- STJ - AgRg no AGRAVO DE INSTRUMENTO Nº 1.037.426 – RS- 2008/0077246-8)

**07-** Não prevalecem as disposições do Código Brasileiro de Aeronáutica que conflitem com o Código de Defesa do Consumidor.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 71 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 196031 – MG-1998/0087139-11)

**08-** Pessoa jurídica exposta à prática comercial abusiva equipara-se ao consumidor, o que atrai a incidência das normas consumeristas e a competência do Procon para a imposição da penalidade.

(Publicidade E Consumidor: 93 - STJ- RECURSO EM MANDADO DE SEGURANÇA Nº 27.541- TO-2008/0175807-6)

**09-** Não incide o CDC nas hipóteses em que a pessoa jurídica adquire o produto ou utiliza-se do serviço com o intuito de incrementar a sua própria atividade empresarial.

(Publicidade E Consumidor: 96 - STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 479.746 - RJ -2002/0156053-0)

### **Banco de dados e cadastros de consumidores**

**10-** É desnecessária a prévia notificação do devedor quando se tratar de reprodução de informações públicas relacionadas à distribuição de execução fiscal em seu desfavor.

(Publicidade E Consumidor: 01 - STJ - AgInt no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 1.261.923 - DF - 2018/0057858-1)

(Publicidade E Consumidor: 99 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.038.272 - RS - 2008/0051513-8)

**11-** A dívida pode permanecer inscrita por um período de 5 anos, contados do dia seguinte da sua data de vencimento, de forma que não se pode inscrever dívida que não especifique seu termo inicial, proveniente de cartórios de protestos.

(Publicidade E Consumidor: 08 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.630.889 - DF - 2016/0263665-1)

(Publicidade E Consumidor: 09 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.630.659 - DF - 2016/0263672-7)

**12-** A reprodução objetiva, fiel, atualizada e clara dos registros de cartório de distribuição judicial na base de órgão de proteção ao crédito, ainda que sem a ciência do consumidor, não tem o condão de ensejar obrigação de reparação de danos.

(Publicidade E Consumidor: 11 - STJ - AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.714.460 - MT - 2017/0312625-8)

(Publicidade E Consumidor: 47 - STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 276.107 - SP - 2012/0271777-1)

(Publicidade E Consumidor: 55 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.444.469 - DF - 2014/0066620-2)

(Publicidade E Consumidor: 56 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.344.352 - SP - 2012/0194674-7)

(Publicidade E Consumidor: 81 - STJ - AgRg nos EDcl no RECURSO ESPECIAL Nº 1.204.418 - RS - 2010/0142548-0)

**13-** Somente ocorre a necessidade de notificação do emitente de cheque sem fundo, nos termos do art. 43 do CDC, quando é dada publicidade aos dados importados do referido cadastro mediante o seu fornecimento para entidades privadas de proteção ao crédito.

(Publicidade E Consumidor: 57- STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.442.588 - RS - 2014/0058890-3)

(Publicidade E Consumidor: 65- STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.441.904 - RS - 2014/0056545-9)

(Publicidade E Consumidor: 68- STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 230.981 - RS - 2012/0194531-0)

### **Cláusulas abusivas**

**14-** Não é abusiva a cláusula de tolerância, nos contratos de promessa de compra e venda de imóvel em construção, que permite a prorrogação do prazo inicial para a entrega da obra.

(Descumprimento E Oferta E Consumidor: 03- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.582.318 – RJ-2015/0145249-7)

**15-** É abusiva a cláusula contratual que importa em interrupção de tratamento de terapia por esgotamento do número de sessões anuais asseguradas no Rol de Procedimentos e Eventos em Saúde da ANS.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 12 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.642.255 - MS-2016/0278313-1)

RE

**16-** É cláusula abusiva aquela que permite a sua alteração de forma unilateral, havendo propaganda enganosa incompatibilidade com a boa-fé.

(Publicidade E Consumidor: 94 - STJ - AgRg no AGRAVO DE INSTRUMENTO Nº 1.045.667 - RJ - 2008/0098236-7)

### **Cláusulas contratuais**

**17-** O furto ou roubo do aparelho de celular do usuário dos serviços de telefonia não configura justa causa para a resolução do contrato com a operadora.

(Publicidade E Consumidor: 10 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.488.284 - PE - 2014/0265322-5)

### **Concessionárias**

**18-** As concessionárias de serviços públicos, de direito público e privado, nos Estados e no Distrito Federal, são obrigadas a oferecer ao consumidor e ao usuário, dentro do mês de vencimento, o mínimo de seis datas opcionais para escolherem os dias de vencimento de seus débitos.

(Descumprimento E Oferta E Consumidor: 01- STJ - EDcl no AgRg no AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 456.001 – PE- 2013/0409003-9)

**19-** A tarifa, como instrumento de remuneração do concessionário de serviço público, é exigida diretamente dos usuários, logo, não ostenta natureza tributária.

(Descumprimento E Oferta E Consumidor: 05- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 976.836 – RS- 2007/0187370-6)

### **Danos materiais**

**20-** Há possibilidade de indenização de perdas e danos quando a corretora veicula publicidade de compra e venda de imóvel que possui algum tipo de óbice.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 47 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.266.937 – MG-2011/0115932-7)

### **Danos morais**

**21-** A comercialização de mercadoria em desacordo com o preço ofertado ao consumidor nem sempre é suficiente para causar abalo emocional ou lesão ao direito de personalidade.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 08 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.296.841 – RS-2018/0119709-5)

**22-** Fazer propaganda de uma marca específica e vender o produto de outra marca configura, além de fraude, danos morais.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 20 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.487.046 – MT-2012/0227567-6)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 21- STJ - RECURSO EM HABEAS CORPUS Nº 62.428 – MG-2015/0189554-8)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 68 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 475.220 – GO-2002/0151791-1)

**23-** Gera dano moral coletivo a "infidelidade de bandeira", ou seja, o ato de ostentar marca comercial de uma distribuidora e, não obstante, adquirir e revender produtos de outras.

(Publicidade E Consumidor: 25 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.487.046 - MT - 2012/0227567-6)

**24-** A publicidade do registro sem a ciência prévia do consumidor gera dano moral.

(Publicidade E Consumidor: 29 - STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 582.812 - MG – 2014/0236855-2)

**25-** Não há que se falar em dano moral na ausência de qualquer violação significativa à honra e à dignidade, pois não há nexo de causalidade capaz de ensejar a condenação.

(Publicidade E Consumidor: 32 - STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 838.664 - SC - 2016/0001319-6)

(Publicidade E Consumidor: 92 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 844.736 - DF - 2006/0094695-7)

(Publicidade E Consumidor: 102 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 823.256 - RN – 2006/0032638-4)

**26-** Não configura dano moral *in re ipsa* a simples remessa de fatura de cartão de crédito para a residência do consumidor com cobrança indevida. Para configurar a existência do dano extrapatrimonial, há de se demonstrar fatos que o caracterizem.

(Publicidade E Consumidor: 36 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.550.509 - RJ – 2012/0033980-4)

**27-** Não há configuração de dano moral quando é clara a intenção de má-fé do consumidor para se eximir da obrigação de pagamento de cheque devido.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 42 – STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 10.111 – PR- 2011/0056460-2)

**28-** Caracteriza dano moral o envio não solicitado de cartão de crédito mesmo que bloqueado ao consumidor.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 43 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.199.117 – SP-2010/0110074-0)

**29-** Configura dano moral o uso de imagem pessoal mediante fraude.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 45– STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 997.993 - MG-2007/0247635-6)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 55 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.021.987 – RN-2008/0002443-8)

**30-** Não caracteriza dano moral a restrição quantitativa de produtos.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 61 –STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 595.734 – RS-2003/0167305-1)

**31-** Gera dano moral a venda e veiculação de propaganda sem a informação de que o imóvel encontra-se em penhora, gravado sob ônus reais.

(Publicidade E Consumidor: 83 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.266.937 - MG – 2011/0115932-7)

**32-** Não se configura danos morais os meros aborrecimentos vivenciados pelo consumidor, pois são "fatos do cotidiano", que não extrapolam as raias das relações comerciais, e, portanto, não podem ser entendidos como ofensivos ao foro íntimo ou à dignidade do cidadão.

(Publicidade E Consumidor: 106 – STJ - AgRg no AGRAVO DE INSTRUMENTO Nº 793.830 - RJ -2006/0157343-6)

(Publicidade E Consumidor: 109 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 992.168 - RS (Publicidade E Consumidor: 2007/0229032-3)

(Publicidade E Consumidor: 120 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 684.489 - RS -2004/0121896-7)

(Publicidade E Consumidor: 121 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 595.734 - RS -2003/0167305-1)

(Publicidade E Consumidor: 123– STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 578.777 - RJ -2003/0162647-7)

(Publicidade E Consumidor: 136 – STJ – RECURSO ESPECIAL Nº 146.436 -RJ – 97/0061184-1)

**33-** Configura dano moral a publicação, em meio de publicidade de grande porte, de fatos difamatórios contra qualquer pessoa.

(Publicidade E Consumidor: 127 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 541.847 - SP -2003/0092955-2)

### **Dever de informação**

**34-** Não se aplica aos informes publicitários a regra do art. 54, §3º, do Código de Defesa do Consumidor, proibitiva do uso de fonte inferior ao corpo doze, a qual se dirige somente ao contrato de adesão.

(Publicidade E Consumidor: 04 - STJ - AgInt no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 1.074.382 - RJ – 2017/0063513-8)

**35-** O fornecedor tem o dever de informar que o produto ou serviço pode causar malefícios a um grupo de pessoas, embora não seja prejudicial à generalidade da população.

(Descumprimento E Oferta E Consumidor: 06- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 586.316 – MG-2003/0161208-5)

**36-** Não há omissão apta a induzir o consumidor em erro se o anúncio publicitário contiver informações suficientes para a venda do produto.

(Publicidade E Consumidor: 14 - STJ - AgInt no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 968.921 - RS - 2016/0216104-3)

(Publicidade E Consumidor: 80 - STJ - EDcl no AgRg no AGRAVO DE INSTRUMENTO Nº 1.196.957 - DF - 2009/0104129-6)

(Publicidade E Consumidor: 90 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.113.804 - RS – 2009/0043881-7)

**37-** A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas 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 induzindo os consumidores a erro.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 17 – STJ - EMBARGOS DE DIVERGÊNCIA EM RESP Nº 1.515.895 – MS- 2015/0035424-0)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 38 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.364.915 – MG- 2013/0021637-0)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 58 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 586.316 – MG- 2003/0161208-5)

(Publicidade E Consumidor: 116 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 586.316 - MG -2003/0161208-5)

(Publicidade E Consumidor: 117 - STJ RECURSO ESPECIAL Nº 447.303 - RS -2002/0076669-9)

(Publicidade E Consumidor: 137 - STJ RECURSO EM HABEAS CORPUS Nº 7531 - SP -98/0026773-5)

**38-** As advertências devem ser impressas nos rótulos e embalagens dos produtos respectivos, assim como em cartazes e materiais de divulgação em caracteres com destaque, nítidos e de fácil leitura.

(Publicidade E Consumidor: 44 - STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 646.448 - MS – 2014/0337542-4)

**39-** O CDC estabelece ser direito do consumidor a informação plena do objeto do contrato. Garante não somente uma clareza física das cláusulas limitativas mas, sobretudo, uma clareza semântica dessas cláusulas, haja vista que a hipossuficiência informacional do consumidor é, em regra, pressuposta.

(Publicidade E Consumidor: 53 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.262.132 - SP – 2011/0080874-9)

**40-** O anúncio que vincula a área de vaga de garagem à área total do apartamento, sem a devida clareza, viola o princípio da transparência previsto no CDC.

(Publicidade E Consumidor: 54 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.139.285 - DF - 2009/0172089-3)

**41-** 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.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 70 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 363.939 – MG- 2001/0117474-5)

## **Direito Administrativo**

**42-** Com fundamento no princípio da publicidade, deve o ente fiscalizador fornecer ou confirmar os dados fornecidos. Com efeito, não há discricionariedade para o administrador público em realizar, ou não, a fiscalização.

(Publicidade E Consumidor: 28 - STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.502.179 - PE -2014/0316870-8)

**43-** Declarada a nulidade da permissão outorgada sem licitação pública, não se pode condicionar o termo final do contrato ao pagamento prévio de eventual indenização, cabendo ao Poder Público a retomada imediata da prestação do serviço, até a realização de nova licitação.

(Publicidade E Consumidor: 62 - STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 481.094 - RJ - 2014/0042986-1)

(Publicidade E Consumidor: 66 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.422.656 - RJ -2013/0394442-9)

**44-** Tratando-se de obras com questionamentos ambientais, e tendo seu andamento sido condicionado à realização de medidas acautelatórias, a averbação da demanda em cartório de registro de imóveis é medida pertinente, em atenção ao direito de proteção do consumidor adquirente.

(Publicidade E Consumidor: 86 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.161.300 - SC - 2009/0197645-0)

**45-** É necessário solicitar autorização do Iphan para a colocação de anúncios em coisa tombada.

(Publicidade E Consumidor: 91 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.127.633 - DF – 2009/0136547-0)

**46-** É lícita a cobrança da tarifa básica de assinatura mensal, constante de contrato de concessão pública, constituindo-se em contraprestação pela disponibilização do serviço de forma contínua e ininterrupta ao usuário.

(Publicidade E Consumidor: 98 - STJ - AgRg no AGRADO DE INSTRUMENTO Nº 1.034.962 - SP -2008/0070376-8)

(Publicidade E Consumidor: 101 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.007.703 - RS -2007/0272690-5)

(Publicidade E Consumidor: 103 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 983.329 - PB - 2007/0208012-1)

(Publicidade E Consumidor: 105 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 988.749 - RJ - 2007/0218358-7)

**47-** O ato vinculado de autarquia federal que não tinha liberdade de escolha quanto à aprovação ou não dos planos de capitalização, devendo apenas observar as normas e diretrizes estabelecidas pelo CNSP, não enseja nulidade por desvio de finalidade, que é vício inerente ao ato administrativo discricionário.

(Publicidade E Consumidor: 104 - STJ -RECURSO ESPECIAL Nº 851.090 - SP – 2006/0092669-7)

**48-** Ocorrida a vacância após a Constituição Federal de 1988, exige-se expressamente a realização de concurso de provas e títulos para ingresso na atividade notarial e de registro.

(Publicidade E Consumidor: 115 – STJ - RECURSO EM MANDADO DE SEGURANÇA Nº 20.441 - PR -2005/0121546-1)

### **Direito Autoral**

**49-** Não é necessária, para a caracterização do delito de violação do direito autoral, a identificação do detentor do direito autoral violado, bastando que seja comprovada a falsificação do material apreendido.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 29 – STJ- Oferta e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.456.239 – MG- 2014/0125133-0)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 30 – STJ- Oferta e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.485.832 – MG- 2014/0262836-2)

### **Instituições financeiras**

**50-** É ilegítima a cobrança da tarifa de manutenção de conta sem a prévia notificação do consumidor.

(Publicidade E Consumidor: 06- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.570.698 - MT - 2015/0299381-0)

**51-** É necessário que os contratos bancários sejam confeccionados no método *Braille* para todos os consumidores deficientes visuais que estabeleceram ou venham firmar relação com a instituição financeira em todo o território nacional.



(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 24 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.349.188 – RJ-2011/0217596-7)

**52-** Não se aplica a TR como fator de correção monetária nos contratos de previdência privada.

(Publicidade E Consumidor: 02- STJ - EMBARGOS DE DIVERGÊNCIA EM AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 280.389 – RS- 2013/0012030-0)

(Publicidade E Consumidor: 85- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.201.737 - SC - 2010/0129502-3)

**53-** O prazo estabelecido para a apresentação do cheque serve como limite temporal da obrigação que o emitente tem de manter provisão de fundos em conta bancária, suficiente para a compensação do título.

(Publicidade E Consumidor: 77- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.297.353 - SP – 2011/0294586-5)

**54-** O protesto é irregular quando prescrita a pretensão de execução do título de crédito pelo credor.

(Publicidade E Consumidor: 18 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.639.470 - RO - 2016/0305935-5)

(Publicidade E Consumidor: 19 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.677.772 - RJ – 2016/0254999-7)

## **Juros**

**55-** Não é suficiente para o afastamento da mora, o reconhecimento da existência de amortização negativa.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 09 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.476.395 – RS-2014/0193294-6)

**56-** A ocorrência de aplicação de atualização monetária é válida quando há o resultado de apenas recompor valor originalmente devido.

(Oferta E Consumidor: 60 – STJ - EDcl no RECURSO ESPECIAL Nº 647.553 – ES- 2004/0030970-6)

## **Legitimidade**

**57-** O Ministério Público tem legitimidade para defender direitos individuais homogêneos quando tais direitos revelem uma dimensão social que coincida com o interesse público.

(Publicidade E Consumidor: 52 - STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.038.389 - MS - 2008/0053364-2)

**58-** O banco que divulga o contrato de seguro, recebe o valor do prêmio, expede apólice e presta informações ao segurado é parte legítima para responder ação de cumprimento do contrato do seguro.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 35- STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.040.622 – RS-2008/0058736-2)

**59-** O Procon tem atribuição para a aplicação de sanções administrativas às seguradoras privadas.

(Publicidade E Consumidor: 100 - STJ - RECURSO EM MANDADO DE SEGURANÇA Nº 26.397 – BA)

**60-** A empresa que por meio de publicidade, logomarca e endereço dá a entender que é responsável pelo negócio, é parte passiva legítima para responder ação indenizatória.

(Publicidade E Consumidor: 135 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 63.981 - SP - 1995/0018349-8)



(Publicidade E Consumidor: 143 – Publicidade e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 113012 – MG-REG. 96 710406)

**61-** O Ministério Público tem legitimidade para propor ação civil pública, fundamentada em inconstitucionalidade de lei, na qual opera-se apenas o controle difuso de constitucionalidade.

(Publicidade E Consumidor: 107 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.594.024 - SP – 2016/0096474-4)

(Publicidade E Consumidor: 122 – Publicidade e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 623.197 - RS – 2004/0000028-3)

(Publicidade E Consumidor: 138 – Publicidade e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 180.350 - RS – 2004/0000028-3)

### **Planos de saúde**

**62-** É inaplicável o impedimento legal de rescisão unilateral previsto no art. 13, pu, II, da Lei nº9.656/98 aos contratos de plano de saúde coletivo.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 14-STJ- AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.676.890 – CE-2017/0135121-3)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 34 – STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 478.831 – SP- 2014/0037776-4)

**63-** Não é abusiva a exclusão de cobertura quanto à inseminação artificial, uma vez que ela possui respaldo na LPS e RN 387/2015.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 06- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.713.429 – SP-2017/0310782-1)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 16- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.590.221 – DF-2016/0067921-3)

**64-** É garantida cobertura assistencial ao recém-nascido, durante os primeiros trinta dias após o parto, necessitando somente que um dos genitores seja filiado ao plano.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 25 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.269.757 – MG-2011/0128644-5)

**65-** É ilícita a pura e simples negativa para contratar seguro de vida a uma pessoa que foi portadora de leucemia, mas se encontra curada.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 44– STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.300.116 – SP-2011/0143997-6)

**66-** Não pode o filiado ao plano de saúde valer-se da assistência médica antes de superado o prazo de carência.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 64 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 531.281 – SP-2003/0040901-4)

### **Práticas abusivas**

**67-** Considera-se prática abusiva tanto o cancelamento de voos sem razões técnicas ou de segurança inequívocas como o descumprimento do dever de informar o consumidor, por escrito e justificadamente, quando tais cancelamentos vierem a ocorrer.

(Descumprimento E Oferta E Consumidor: 04- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.469.087 – AC-2014/0175527-1)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 23- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.469.087 – AC-2014/0175527-1)

**68-** Há obrigatoriedade de oferta de mais uma opção de seguro de automóvel.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 11 – STJ - AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.354.047 – RS-2012/0240842-1)

**69-** É obrigatório o credenciamento no MEC para os cursos de ensino ofertados à distância no Brasil, independente de possuir ou não necessidade de validação no exterior.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 49 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.186.541 – ES-2010/0047364-9)

**70-** Suspensão do fornecimento de energia elétrica em razão de inadimplemento é possível mesmo se o consumidor for ente público.

(Publicidade E Consumidor: 119 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 775.215 - RS -2005/0139164-1)

**71-** A compra do produto feita com o vendedor no estabelecimento não pode ser cancelada ou frustrada pelo simples fato de o consumidor querer outro modelo de produto.

(Publicidade E Consumidor: 124 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 502.432 - RJ – 2002/0174820-6)

**72-** É indevida a retenção de percentual das parcelas pagas, ainda que a título de compensação pelas despesas cartorárias, e de publicidade, quando há reconhecimento de inadimplemento da incorporadora, para o qual não contribuiu o consumidor.

(Publicidade E Consumidor: 133 –STJ - EMBARGOS DE DECLARAÇÃO NO RECURSO ESPECIAL Nº 225.136 - AMAZONAS -999/0068277-7)

**73-** Não há ilegalidade na ausência de fornecimento de informes de protestos em listas diárias pelos cartórios.

(Publicidade E Consumidor: 139 – STJ - RECURSO EM MANDADO DE SEGURANÇA Nº 7.756 – SP-96/0065336-4)

## **Prescrição**

**74-** O prazo prescricional para a execução individual é contado do trânsito em julgado da sentença coletiva, sendo desnecessária a providência de que trata o art. 94 da Lei n. 8.078/90.

(Publicidade E Consumidor: 41 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.388.000 - PR -2013/0179890-5)

**75-** Nas ações em que se pleiteia o ressarcimento dos valores pagos a título de participação financeira do consumidor no custeio de construção de rede elétrica, a prescrição deve ser analisada, separadamente, enquadrando-se como Convênio de Devolução ou Termo de Contribuição, dependendo de haver previsão contratual para o ressarcimento.

(Publicidade E Consumidor: 59 - STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 370.206 - RS – 2013/0224855-8)

## **Processual**

**76-** Não se admite recurso especial quando depende de reexame e matéria de prova.  
(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 13- STJ - AgInt no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 1.072.465 – SP- 2017/0062484-0)

**77-** A revisão de conclusões firmadas no Tribunal de origem que implica necessidade de reexame do conjunto fático e probatório dos autos pela instância superior é vedado pelo enunciado da Súmula nº7 do STJ.

(Publicidade E Consumidor: 15 - STJ - AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.666.704 - RS - 2017/0067674-2)

(Publicidade E Consumidor: 61 - STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.338.812 - PE – 2012/0089755-0)

(Publicidade E Consumidor: 118 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 715.004 - SP - 2004/0182606-8)

**78-** Não há cerceamento de defesa quando o julgador considera dispensável a produção de prova, mediante a existência nos autos de elementos suficientes para a formação de seu convencimento.

(Publicidade E Consumidor: 33 - STJ - AgInt no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 838.346 – SP)

**79-** É possível a intervenção ministerial quando a causa envolver a defesa do consumidor e o interesse público pela observância do princípio constitucional de igualdade de acesso à educação.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 39- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.265.638 – RS- 2011/0162831-7)

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 53 –STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 933.002 – RJ- 2007/0047268-0)

**80-** A ausência de intimação do Ministério Público Federal, por si só, não enseja a decretação de nulidade do julgado *prima facie*, ao revés, exige a comprovação de efetivo prejuízo para as partes ou para a apuração da verdade substancial.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 54 – STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 901.936 – RJ- 2006/0242972-9)

**81-** A decadência processual não obsta com a denúncia oferecida ao Procon.

(Publicidade E Consumidor: 144– STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 65.498 – SP- 95/0022521-2)

### **Publicidade enganosa**

**82-** Há prática de publicidade enganosa por omissão na ausência de informação clara quanto à qualidade e elementos essenciais do serviço ou produto.

(Publicidade E Consumidor: 03 - STJ - AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.278.613 - RS - 2011/0219246-2)

(Publicidade E Consumidor: 07 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.540.566 - SC - 2015/0154209-2)

(Publicidade E Consumidor: 12 - STJ - AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.695.760 - RJ - 2014/0121766-9)

(Publicidade E Consumidor: 17 - STJ - AgInt no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 704.863 - RS - 2015/0081987-5)

(Publicidade E Consumidor: 27 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.342.571 - MG - 2011/0224968-5)

(Publicidade E Consumidor: 37 - STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 810.083 - SP - 2015/0268995-1)

(Publicidade E Consumidor: 38 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.428.801 - RJ - 2013/0375584-9)

(Publicidade E Consumidor: 40 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.458.642 - RJ - 2011/0247100-4)

(Publicidade E Consumidor: 42 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.370.708 - RN - 2013/0007945-3)

(Publicidade E Consumidor: 49 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.377.899 - SP - 2011/0171318-6)

(Publicidade E Consumidor: 51 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.329.556 - SP - 2012/0124047-6)

(Publicidade E Consumidor: 60 - STJ - AgRg nos EDcl no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 259.903 – SP - 2012/0245878-1)

(Publicidade E Consumidor: 70 - STJ - AgRg no AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 224.456 - SP - 2012/0181721-7)

(Publicidade E Consumidor: 72 - STJ - EDcl no RECURSO ESPECIAL Nº 1.188.442 - RJ - 2010/0058615-4)

(Publicidade E Consumidor: 74 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.364.915 - MG - 2013/0021637-0)

(Publicidade E Consumidor: 76 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.188.442 - RJ - 2010/0058615-4)

(Publicidade E Consumidor: 82 - STJ - AgRg no AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.261.824 - SP - 2011/0079132-3)

(Publicidade E Consumidor: 97 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 971.845 - DF – 2007/0157382-1)

**83-** Considera-se propaganda enganosa a informação constante no rótulo de cerveja com os dizeres “sem álcool”, quando esta possuir teor alcoólico, ainda que de apenas 0,5%.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 03- STJ - AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.278.613 – RS- 2011/0219246-2)

**84-** Considera-se propaganda enganosa todo anúncio que induzir a erro por omissão, ou por diminuição da fonte e cores diferenciadas no anúncio publicitário.

(Oferta E Consumidor: Oferta E Consumidor: 4 – STJ - AgInt no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 1.074.382 - RJ (Oferta E Consumidor: 2017/0063513-8)

(Oferta E Consumidor: 05 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.540.566 - SC -2015/0154209-2)

(Oferta E Consumidor: 22 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.447.375 - SP-2014/0071957-2)

(Oferta E Consumidor: 27 – STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.528.428 – MG- 2015/0082726-9)

(Oferta E Consumidor: 32 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.365.609 – SP- 2011/0105689-3)

(Oferta E Consumidor: 33 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.329.556 – SP- 2012/0124047-6)

(Oferta E Consumidor: 37 STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.342.899 – RS- 2011/0155718-5)

(Oferta E Consumidor: 41 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.317.338 – MG- 2011/0275068-0)

(Oferta E Consumidor: 46 – STJ- AgRg no AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.261.824 – SP- 2011/0079132-3)

(Oferta E Consumidor: 65 -STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 327.257 – SP- 2001/0057239-4)

(Oferta E Consumidor: 66 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 469.410 – RS- 2002/0119806-3)

**85-** Há prática de publicidade enganosa mediante o descumprimento de oferta veiculada.

(Publicidade E Consumidor: 13 - STJ - AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.694.371 - SP - 2017/0169274-0)

(Publicidade E Consumidor: 39 - STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.528.428 - MG - 2015/0082726-9)

(Publicidade E Consumidor: 43 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.365.609 - SP - 2011/0105689-3)

(Publicidade E Consumidor: 50 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 768.503 - PR - 2005/0119099-2)

**86-** Sobre a publicidade comparativa, é vedada a veiculação de propaganda comercial enganosa ou abusiva, que denigra a imagem da marca comparada, que configure concorrência desleal ou que cause confusão no consumidor.

(Publicidade E Consumidor: 24 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.668.550 - RJ - 2014/0106347-0)

(Publicidade E Consumidor: 46 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.481.124 - SC - 2013/0413853-1)

(Publicidade E Consumidor: 58 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.377.911 - SP – 2012/0258011-6)

**87-** Não há propaganda enganosa quando não houver omissão ou indução a erro do consumidor.

(Oferta E Consumidor: 26 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.536.026 – RS- 2013/0204659-6)

(Oferta E Consumidor: 48 – STJ - EDcl no RECURSO ESPECIAL Nº 1.159.799 – SP- 2007/0302661-5)

(Oferta E Consumidor: 31 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.370.708 – RN- 2013/0007945-3)

**88-** Constitui publicidade enganosa o lançamento de um novo modelo de veículo, totalmente remodelado, no mesmo ano em que já fora comercializado modelo anterior, ambos noticiados como o modelo do ano seguinte.

(Publicidade E Consumidor: 30 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 871.172 - SE - 2006/0096433-6)

(Publicidade E Consumidor: 71 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.342.899 - RS – 2011/0155718-5)

**89-** É abusiva a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite a violência, explore 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.

(Publicidade E Consumidor: 31 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.101.949 - DF - 2008/0255973-6)

(Publicidade E Consumidor: 34 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.558.086 - SP – 2015/0061578-0)

**90-** Há publicidade enganosa por omissão de dado essencial para formação de juízo na opção do consumidor, induzindo-o a erro, ainda que não haja prova da vontade de enganá-lo.

(Publicidade E Consumidor: 73 - STJ - EDcl no RECURSO ESPECIAL Nº 1.317.338 - MG - 2011/0275068-0)

(Publicidade E Consumidor: 75 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.317.338 - MG – 2011/0275068-0)

**91-** Anúncio publicitário que informa a não-inclusão do valor do frete no preço ofertado e, ao mesmo tempo, não especifica o seu valor correspondente, por si só, não configura publicidade enganosa ou abusiva, ainda que essa informação conste no rodapé do anúncio veiculado em jornal.

(Publicidade E Consumidor: 84 - STJ - EDcl no RECURSO ESPECIAL Nº 1.159.799 - SP - 2007/0302661-5)

(Publicidade E Consumidor: 88 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.057.828 - SP - 2008/0104560-2)

**92-** O fornecedor se obriga a cumprir a oferta que publicou em seus exatos termos.

(Publicidade E Consumidor: 129 – Publicidade e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 341.405 - DF – 2001/0101517-3)

(Publicidade E Consumidor: 130 – Publicidade e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 363.939 - MG -2001/0117474-5)

(Publicidade E Consumidor: 131 – Publicidade e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 396.943 - RJ – 2001/0154107-3)

(Publicidade E Consumidor: 132 – Publicidade e Consumidor – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 302.174 - RJ-

(Publicidade E Consumidor: 2001/0010227-1)

**93-** Não há publicidade enganosa quando não há comprovação de denúncia feita.

(Publicidade E Consumidor: 141 – STJ – HABEAS CORPUS Nº 5.194-GO- REG. nº 96.0068309-3)

(Publicidade E Consumidor: 142 – STJ – HABEAS CORPUS Nº 6.215-SP- REG. nº 97/0003045-8)

### **Responsabilidade civil**

**94-** Ao publicar anúncios em caderno de classificados, a empresa jornalística atua como mera divulgadora de ofertas elaboradas por terceiros, não assumindo, por isso, a condição de fornecedora dos produtos e/ou serviços que ali são efetivamente oferecidos por seus anunciantes.

(Oferta E Consumidor: 2- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.427.314 – RS- 2013/0419004-7)

**95-** A parte integrante da cadeia de consumo responde solidariamente pelos danos causados.

(Descumprimento E Oferta E Consumidor: 02- STJ- RECURSO ESPECIAL Nº 1.378.284– PB- 2013/0101319-0)

(Publicidade E Consumidor: 45 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.209.633 - RS - 2010/0146309-0)

(Publicidade E Consumidor: 69 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.391.084 - RJ - 2011/0295914-5)

(Publicidade E Consumidor: 79 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 997.993 - MG - 2007/0247635-6)

**96-** Há dever de indenizar por ocasião de fortuito interno, roubo ocorrido em fila de *drive-thru*.

(Publicidade E Consumidor: 05 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.450.434 - SP - 2014/0058371-2)

**97-** A responsabilidade entre o hotel e a empresa de turismo é solidária, se houver defeito no serviço prestado pelo hotel conveniado à empresa.

(Oferta E Consumidor: 15- STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.378.284 – PB- 2013/0101319-0)

**98-** Tratando-se de responsabilidade solidária emanada de um mesmo acidente de consumo, qualquer dos devedores solidários poderá ser demandado isoladamente pela totalidade dos prejuízos sofridos pelo consumidor.

(Publicidade E Consumidor: 20 - STJ - AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.388.081 - SP - 2011/0209339-9)

**99-** O fornecedor se responsabiliza pelas expectativas que a publicidade venha a despertar no consumidor, quando veicula informação de produto ou serviço com a chancela de determinada marca, sendo a materialização do princípio da boa-fé objetiva.

(Publicidade E Consumidor: 22 - STJ - AgInt no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 378.169 - SP - 2013/0248327-0)

**100-** A má-fé do credor é indispensável para que se dobrem os valores indevidamente cobrados e que serão objeto de devolução.

(Publicidade E Consumidor: 35 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.537.890 - RJ - 2013/0065925-5)

**101-** Participação não configurada da concessionária ao consórcio, não podendo ser responsabilizada.

(Oferta E Consumidor: 50– STJ - AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 263.330 – PR- 2000/0059265-0)

**102-** A responsabilidade pela qualidade do produto ou serviço anunciado ao consumidor é do fornecedor respectivo, não se estendendo à empresa de comunicação que veicula a propaganda.

(Publicidade E Consumidor: 87 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.157.228 - RS - 2009/0188460-8)

(Publicidade E Consumidor: 89 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 1.046.241 - SC -2008/0074717-6)

(Publicidade E Consumidor: 117 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 604.172 - SP -2003/0198665-8)

**103-** Quando existir ausência de adequada informação ao consumidor acerca dos riscos inerentes às aplicações em fundos derivativos, Há falha na prestação do serviço por parte do gestor dos fundos, tendo em vista a ausência de adequada informação ao consumidor acerca dos riscos inerentes às aplicações em fundos derivativos.

(Publicidade E Consumidor: 63 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 656.932 - SP - 2004/0011451-0)

**104-** Não há falha na prestação do serviço por parte do gestor de fundos quando houver presença de adequada informação ao consumidor acerca dos riscos inerentes às aplicações em fundos derivativos.

(Publicidade E Consumidor: 78 - STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 799.241 - RJ – 2005/0119523-6)

**105-** É solidária a responsabilidade entre aqueles que veiculam publicidade enganosa e os que dela se aproveitam, na comercialização de seu produto.

(Publicidade E Consumidor: 125 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 327.257 - SP -2001/0057239-4)

(Publicidade E Consumidor: 134 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 139.400 - MINAS GERAIS -1997/0047294-9)

(Publicidade E Consumidor: 140 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 92.395-RS-96/0021603-7)

(Publicidade E Consumidor: 145 – STJ – CONFLITO DE COMPETÊNCIA Nº 14.194-PR- 95.0031475-4)

(Publicidade E Consumidor: 146 – STJ – HABEAS CORPUS Nº 2553-9-MG- 94.0010713-7)

## Telefonia

**106-** A fixação das tarifas telefônicas devidas em retribuição ao serviço prestado pelas concessionárias ocorre no ato de concessão do contrato sempre buscando o equilíbrio econômico-financeiro do contrato.

(Publicidade E Consumidor: 108 – STJ -RECURSO ESPECIAL Nº 993.511 - MG (Publicidade E Consumidor: 2007/0232869-0)

(Publicidade E Consumidor: 110 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 983.501 - RS 2007/0205707-5)

(Publicidade E Consumidor: 111 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 981.389 - RS -2007/0201266-9)

(Publicidade E Consumidor: 112 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 947.731 - RS -2007/0099860-1)

(Publicidade E Consumidor: 113 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 978.629 - MG -2007/0187906-0)

(Publicidade E Consumidor: 114 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 980.604 - RS -2007/0196100-2)

## Tributário

**107-** O Estado pode adotar os preços para venda de medicamentos fixados pela Câmara de Regulação de Medicamentos (Publicidade E Consumidor: CMED) a fim de estabelecer a base de cálculo do ICMS na sistemática de substituição tributária.

(Publicidade E Consumidor: 48 - STJ - AAgRg no AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 468.213 – RS - 2014/0018232-7)

(Publicidade E Consumidor: 64 - STJ - AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 475.377 - RS - 2014/0031252-0)

(Publicidade E Consumidor: 67 - STJ - AgRg no AgRg no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 350.678 - RS)

**108-** O reconhecimento da legitimidade do repasse econômico do PIS e da COFINS nas tarifas telefônicas conduz ao desprovemento da pretensão do usuário quanto à repetição do valor in foco, com supedâneo no art. 42, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor.

(Oferta E Consumidor: 51 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 976.836 – RS- 2007/0187370-6)

**109-** É lícita a exigência de ICMS sobre operações relativas ao fornecimento de energia elétrica.

(Publicidade E Consumidor: 95 - STJ -RECURSO EM MANDADO DE SEGURANÇA Nº 28.081 - RR - 2008/0235501-0)



## **Vício**

**110-** Quando ocorre vício no produto, o fornecedor possui 30 dias para reparo do produto, se o mesmo não for sanado, o consumidor pode escolher entre um produto novo ou o estorno do valor em dinheiro.

(Oferta E Consumidor: 57 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 991.985 – PR- 2007/0229568-8)

(Oferta E Consumidor: 63 – STJ - RECURSO ESPECIAL Nº 476.428 – SC- 2002/0145624-5)