

INFORME JURÍDICO

ASSUNTO: Fornecer bem de consumo com alto grau de nocividade ou periculosidade e deixar de fazer as comunicações devidas à autoridade competente e aos consumidores.

TRIBUNAL: Superior Tribunal de Justiça

PALAVRAS-CHAVE: comunicação E nocividade E consumidor; informação E nocividade E consumidor; produto E nocividade E consumidor.

NÚMERO DE JULGADOS: 19 acórdãos

ELABORAÇÃO: 13/12/18

Criminal

01- A caracterização do crime previsto no art. 7º, IX, da Lei n. 8.137/1990 depende de realização de laudo pericial atestando a impropriedade dos produtos em questão, no intuito de comprovar a inequívoca nocividade para o consumo, mesmo se expirado o prazo de validade do produto.

(Informação E Nocividade E Consumidor; Produto E Nocividade E Consumidor: 01 – STJ – HABEAS CORPUS Nº 388.374 – SC- 2017/0031245-6)

(Informação E Nocividade E Consumidor; Produto E Nocividade E Consumidor: 02 – STJ – RECURSO EM HABEAS CORPUS Nº 69.692 – SC- 2016/0096555-2)

(Informação E Nocividade E Consumidor; Produto E Nocividade E Consumidor: 05 – STJ – RECURSO EM HABEAS CORPUS Nº 60.937 – RJ- 2015/0151164-9)

(Informação E Nocividade E Consumidor; Produto E Nocividade E Consumidor: 07 – STJ – HABEAS CORPUS Nº 132.257 – SP- 2009/0055779-3)

(Informação E Nocividade E Consumidor; Produto E Nocividade E Consumidor: 08 – STJ – AgRg no RECURSO ESPECIAL Nº 1.181.141 – RS- 2010/0027962-1)

(Informação E Nocividade E Consumidor; Produto E Nocividade E Consumidor: 09 – STJ – RECURSO ESPECIAL Nº 1.113.330 – RS- 2009/0056229-5)

Dever de informação

02- Tendo em vista que a alimentação transgênica é recente no cenário mundial e não havendo estudos precisos quanto aos seus riscos e benefícios, é prudente que o consumidor seja alertado quanto à comercialização dos produtos que adotem essa técnica.

(Informação E Nocividade E Consumidor; Produto E Nocividade E Consumidor: 03 – STJ – AgInt no RECURSO ESPECIAL Nº 1.438.347 – SC – 2013/0238668-3)

Propaganda enganosa

03- Caracteriza-se como enganosa a propaganda veiculada por empresas do ramo do cigarro que der a entender ao consumidor que se adotar a conduta indicada pela publicidade, independente das consequências, teria condições de obter sucesso em sua vida.

(Comunicação E nocividade E consumidor: 01 – STJ – RECURSO ESPECIAL Nº 1.101.949 - DF – 2008/0255973-6)

(Informação E Nocividade E Consumidor; Produto E Nocividade E Consumidor: 04 – STJ – RECURSO ESPECIAL Nº 1.101.949 - DF - 2008/0255973-6)