

Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado de Minas Gerais

# CREA-MG

Fiscal de Nível Superior

AG105-N9

Todos os direitos autorais desta obra são protegidos pela Lei nº 9.610, de 19/12/1998.  
Proibida a reprodução, total ou parcialmente, sem autorização prévia expressa por escrito da editora e do autor. Se você conhece algum caso de "pirataria" de nossos materiais, denuncie pelo [sac@novaconcursos.com.br](mailto:sac@novaconcursos.com.br).

## **OBRA**

Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado de Minas Gerais

Fiscal de Nível Superior

CONCURSO PÚBLICO Nº 001/2019

## **AUTORES**

Língua Portuguesa - Profª Zenaide Auxiliadora Pachegas Branco  
Raciocínio Lógico - Profº Bruno Chierigatti e João de Sá Brasil Lima  
Noções de Direito Administrativo - Profº Fernando Zantedeschi  
Conhecimentos Específicos - Profº Fernando Zantedeschi

## **PRODUÇÃO EDITORIAL/REVISÃO**

Elaine Cristina  
Leandro Filho

## **DIAGRAMAÇÃO**

Renato Vilela  
Thais Regis

## **CAPA**

Joel Ferreira dos Santos



[www.novaconcursos.com.br](http://www.novaconcursos.com.br)

[sac@novaconcursos.com.br](mailto:sac@novaconcursos.com.br)

# APRESENTAÇÃO

## PARABÉNS! ESTE É O PASSAPORTE PARA SUA APROVAÇÃO.

A Nova Concursos tem um único propósito: mudar a vida das pessoas.

Vamos ajudar você a alcançar o tão desejado cargo público.

Nossos livros são elaborados por professores que atuam na área de Concursos Públicos. Assim a matéria é organizada de forma que otimize o tempo do candidato. Afinal corremos contra o tempo, por isso a preparação é muito importante.

Aproveitando, convidamos você para conhecer nossa linha de produtos "Cursos online", conteúdos preparatórios e por edital, ministrados pelos melhores professores do mercado.

Estar à frente é nosso objetivo, sempre.

Contamos com índice de aprovação de 87%\*.

O que nos motiva é a busca da excelência. Aumentar este índice é nossa meta.

Acesse **[www.novaconcursos.com.br](http://www.novaconcursos.com.br)** e conheça todos os nossos produtos.

Oferecemos uma solução completa com foco na sua aprovação, como: apostilas, livros, cursos online, questões comentadas e treinamentos com simulados online.

Desejamos-lhe muito sucesso nesta nova etapa da sua vida!

Obrigado e bons estudos!

\*Índice de aprovação baseado em ferramentas internas de medição.

## CURSO ONLINE



### PASSO 1

Acesse:

[www.novaconcursos.com.br/passaporte](http://www.novaconcursos.com.br/passaporte)



### PASSO 2

Digite o código do produto no campo indicado no site.

O código encontra-se no verso da capa da apostila.

\*Utilize sempre os 8 primeiros dígitos.

**Ex: JN001-19**



### PASSO 3

Pronto!

Você já pode acessar os conteúdos online.



# SUMÁRIO

## LÍNGUA PORTUGUESA

Conhecimento prévio; Intertextualidade; Gêneros textuais; Tipologia textual; Interpretação e Compreensão de textos; Variabilidade lingüística;.....	01
Semântica: construção de sentido e efeitos de sentido, sinonímia, antonímia, homonímia, polissemia e figuras de linguagem;.....	32
Pontuação e efeitos de sentido;.....	42
Denotação e conotação;.....	32
Relações lexicais;.....	01
Linguagem verbal e não verbal; tipos de discurso.....	01
Aspectos de textualidade: coesão e coerência.....	44

## RACIOCÍNIO LÓGICO

ÁLGEBRA DAS PROPOSIÇÕES Propriedade idempotente. Propriedade comutativa. Propriedade associativa. Propriedade distributiva. Propriedade de absorção. Leis de Morgan.....	01
ARGUMENTOS ANÁLISE COMBINATÓRIA: Tipos de agrupamentos: arranjos e combinações. Princípio fundamental da contagem. Conceito de argumento. Validade de um argumento. Critério de validade de um argumento. Condicional associada a um argumento. Argumentos válidos fundamentais. Regras de inferência.....	01
LÓGICA. RACIOCÍNIO LÓGICO E MATEMÁTICAS PROPOSIÇÕES CONECTIVOS: Conceito de proposição. Valores lógicos das proposições. Conectivos.....	01
OPERAÇÕES LÓGICAS SOBRE PROPOSIÇÕES: Negação de uma proposição. Conjugação de duas proposições. Disjunção de duas proposições. Proposição condicional. Proposição bi condicional.....	01
EQUIVALÊNCIA LÓGICA E IMPLICAÇÃO LÓGICA: Equivalência lógica. Propriedades da relação de equivalência lógica. Recíproca, contrária e contra positiva de uma proposição condicional. Implicação lógica. Princípio de substituição. Propriedade da implicação lógica.....	01

## NOÇÕES DE DIREITO ADMINISTRATIVO

Princípios constitucionais do Direito Administrativo.....	01
Ato administrativo: conceito, requisitos, atributos, classificação e espécies; atos discricionários e vinculados do administrador público; controle jurisdicional dos atos administrativos.....	03
Processo administrativo.....	12
Regime Jurídico dos Servidores: responsabilidade, penalidades disciplinares e Processo Administrativo Disciplinar..	15
Desapropriação por utilidade pública, por necessidade pública, e por interesse social; indenização em caso de desapropriações.....	52
Serviços públicos: concessão e autorização dos serviços públicos. Responsabilidades dos agentes públicos: civil, administrativa e criminal.....	55
Contratos pertinentes a obras, serviços, compras, alienações e locações com a administração pública.....	66
Responsabilidade administrativa. Responsabilidade Extracontratual do Estado.....	75
Improbidade administrativa: definição, modalidades, responsabilização.....	78
Noções gerais sobre as normas para licitações e contratos da Administração Pública (Lei 8.666/1993).....	81

# SUMÁRIO

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

5.194/66.....	01
6.496/77.....	03
6.619/78.....	04
6.839/80.....	04
8.078/90.....	04
8.195/91.....	10
8.429/92.....	10
12.527/11.....	13
9.873/99; 9.784/99.....	15
4.950-A/66.....	19
6.664/79.....	19
7.410/85.....	20
6.835/80.....	21
5.524/68.....	21
10.257/01.....	21
4.076/62.....	24
DECRETOS E SUAS ALTERAÇÕES POSTERIORES: Decreto 90.922/85; 4.560/02.....	24
23.196/33.....	26
23.569/33.....	27
218/73.....	28
336/89.....	31
359/91.....	33
413/97.....	34
417/98.....	35
1.002/02.....	37
1.004/03.....	38
1.008/04.....	44
1.025/09.....	49
1.090/17.....	58
1.092/17.....	58
1.047/13.....	59
1.048/13.....	59
1.050/13.....	61
REGIMENTO INTERNO DO CREA-MG - NORMAS REGULATÓRIAS BRASILEIRAS: NR-09; NR-10; NR-13; NR-18; NR-35.....	70

## LEIS FEDERAIS E SUAS ALTERAÇÕES

O ramo de direito agrário, apesar de ser pouco estudado em cursos de graduação de direito, é um ramo jurídico que apresenta um contorno especial, possuindo princípios e regras bastante únicos. Os profissionais que trabalham com o esse ramo do Direito devem ter em mente alguns dispositivos apresentados em uma legislação mais específica. Dessa forma, procuramos destacar alguns pontos principais de cada espécie legislativa, de modo que não se torne algo muito denso. Porém, é sempre recomendado uma leitura de todas as leis apresentadas, na íntegra. Iniciaremos essa análise com as Leis Federais.

### LEI FEDERAL Nº 5.194/1966

A Lei Federal nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, é a lei que regula o exercício das profissões de Engenheiro, Arquiteto e Engenheiro-Agrônomo.

*Art. 1º As profissões de engenheiro, arquiteto e engenheiro-agrônomo são caracterizadas pelas realizações de interesse social e humano que importem na realização dos seguintes empreendimentos:*

- a) aproveitamento e utilização de recursos naturais;*
- b) meios de locomoção e comunicações;*
- c) edificações, serviços e equipamentos urbanos, rurais e regionais, nos seus aspectos técnicos e artísticos;*
- d) instalações e meios de acesso a costas, cursos e massas de água e extensões terrestres;*
- e) desenvolvimento industrial e agropecuário.*

*Art. 2º O exercício, no País, da profissão de engenheiro, arquiteto ou engenheiro-agrônomo, observadas as condições de capacidade e demais exigências legais, é assegurado:*

- a) aos que possuam, devidamente registrado, diploma de faculdade ou escola superior de engenharia, arquitetura ou agronomia, oficiais ou reconhecidas, existentes no País;*
- b) aos que possuam, devidamente revalidado e registrado no País, diploma de faculdade ou escola estrangeira de ensino superior de engenharia, arquitetura ou agronomia, bem como os que tenham esse exercício amparado por convênios internacionais de intercâmbio;*
- c) aos estrangeiros contratados que, a critério dos Conselhos Federal e Regionais de Engenharia, Arquitetura e Agronomia, considerados a escassez de profissionais de determinada especialidade e o interesse nacional, tenham seus títulos registrados temporariamente.*

*Parágrafo único. O exercício das atividades de engenheiro, arquiteto e engenheiro-agrônomo é garantido, obedecidos os limites das respectivas licenças e excluídas as expedidas, a título precário, até a publicação desta Lei, aos que, nesta data, estejam registrados nos Conselhos Regionais.*

*(...)*

*Art. 7º As atividades e atribuições profissionais do engenheiro, do arquiteto e do engenheiro-agrônomo consistem em:*

- a) desempenho de cargos, funções e comissões em entidades estatais, paraestatais, autárquicas, de economia mista e privada;*
- b) planejamento ou projeto, em geral, de regiões, zonas, cidades, obras, estruturas, transportes, explorações de recursos naturais e desenvolvimento da produção industrial e agropecuária;*
- c) estudos, projetos, análises, avaliações, vistorias, perícias, pareceres e divulgação técnica;*
- d) ensino, pesquisas, experimentação e ensaios;*
- e) fiscalização de obras e serviços técnicos;*
- f) direção de obras e serviços técnicos;*
- g) execução de obras e serviços técnicos;*
- h) produção técnica especializada, industrial ou agropecuária.*

*Parágrafo único. Os engenheiros, arquitetos e engenheiros-agrônomo poderão exercer qualquer outra atividade que, por sua natureza, se inclua no âmbito de suas profissões.*

*Art. 8º As atividades e atribuições enunciadas nas alíneas a, b, c, d, e e f do artigo anterior são da competência de pessoas físicas, para tanto legalmente habilitadas.*

*Parágrafo único. As pessoas jurídicas e organizações estatais só poderão exercer as atividades discriminadas nos art. 7º, com exceção das contidas na alínea "a", com a participação efetiva e autoria declarada de profissional legalmente habilitado e registrado pelo Conselho Regional, assegurados os direitos que esta lei lhe confere.*

*Art. 9º As atividades enunciadas nas alíneas g e h do art. 7º, observados os preceitos desta lei, poderão ser exercidas, indistintamente, por profissionais ou por pessoas jurídicas.*

*(...)*

*Art. 26. O Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia, (CONFEA), é a instância superior da fiscalização do exercício profissional da engenharia, da arquitetura e da agronomia.*

*Art. 27. São atribuições do Conselho Federal:*

- a) organizar o seu regimento interno e estabelecer normas gerais para os regimentos dos Conselhos Regionais;*
- b) homologar os regimentos internos organizados pelos Conselhos Regionais;*
- c) examinar e decidir em última instância os assuntos relativos no exercício das profissões de engenharia, arquitetura e agronomia, podendo anular qualquer ato que não estiver de acordo com a presente lei;*
- d) tomar conhecimento e dirimir quaisquer dúvidas suscitadas nos Conselhos Regionais;*
- e) julgar em última instância os recursos sobre registros, decisões e penalidades impostas pelos Conselhos Regionais;*
- f) baixar e fazer publicar as resoluções previstas para regulamentação e execução da presente lei, e, ouvidos os Conselhos Regionais, resolver os casos omissos;*
- g) relacionar os cargos e funções dos serviços estatais, paraestatais, autárquicos e de economia mista, para cujo exercício seja necessário o título de engenheiro, arquiteto ou engenheiro-agrônomo;*

- h) incorporar ao seu balancete de receita e despesa os dos Conselhos Regionais;
- i) enviar aos Conselhos Regionais cópia do expediente encaminhado ao Tribunal de Contas, até 30 (trinta) dias após a remessa;
- j) publicar anualmente a relação de títulos, cursos e escolas de ensino superior, assim como, periodicamente, relação de profissionais habilitados;
- k) fixar, ouvido o respectivo Conselho Regional, as condições para que as entidades de classe da região tenham nele direito a representação;
- l) promover, pelo menos uma vez por ano, as reuniões de representantes dos Conselhos Federal e Regionais previstas no art. 53 desta lei;
- m) examinar e aprovar a proporção das representações dos grupos profissionais nos Conselhos Regionais;
- n) julgar, em grau de recurso, as infrações do Código de Ética Profissional do engenheiro, arquiteto e engenheiro-agrônomo, elaborado pelas entidades de classe;
- o) aprovar ou não as propostas de criação de novos Conselhos Regionais;
- p) fixar e alterar as anuidades, emolumentos e taxas a pagar pelos profissionais e pessoas jurídicas referidos no art. 63.
- q) autorizar o presidente a adquirir, onerar ou, mediante licitação, alienar bens imóveis.

*Parágrafo único.* Nas questões relativas a atribuições profissionais, decisão do Conselho Federal só será tomada com mínimo de 12 (doze) votos favoráveis.

**Art. 29.** O Conselho Federal será constituído por 18 (dezoito) membros, brasileiros, diplomados em Engenharia, Arquitetura ou Agronomia, habilitados de acordo com esta lei, obedecida a seguinte composição:

- a) 15 (quinze) representantes de grupos profissionais, sendo 9 (nove) engenheiros representantes de modalidades de engenharia estabelecida em termos genéricos pelo Conselho Federal, no mínimo de 3 (três) modalidades, de maneira a corresponderem às formações técnicas constantes dos registros nele existentes; 3 (três) arquitetos e 3 (três) engenheiros-agrônomos;
- b) 1 (um) representante das escolas de engenharia, 1 (um) representante das escolas de arquitetura e 1 (um) representante das escolas de agronomia.

§ 1º Cada membro do Conselho Federal terá 1 (um) suplente.

§ 2º O presidente do Conselho Federal será eleito, por maioria absoluta, dentre os seus membros.

§ 3º A vaga do representante nomeado presidente do Conselho será preenchida por seu suplente.

(...)

**Art. 33.** Os Conselhos Regionais de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CREA) são órgãos de fiscalização do exercício das profissões de engenharia, arquitetura e agronomia, em suas regiões.

**Art. 34.** São atribuições dos Conselhos Regionais:

- a) elaborar e alterar seu regimento interno, submetendo-o à homologação do Conselho Federal.
- b) criar as Câmaras Especializadas atendendo às condições de maior eficiência da fiscalização estabelecida na presente lei;
- c) examinar reclamações e representações acerca de registros;

d) julgar e decidir, em grau de recurso, os processos de infração da presente lei e do Código de Ética, enviados pelas Câmaras Especializadas;

e) julgar em grau de recurso, os processos de imposição de penalidades e multas;

f) organizar o sistema de fiscalização do exercício das profissões reguladas pela presente lei;

g) publicar relatórios de seus trabalhos e relações dos profissionais e firmas registrados;

h) examinar os requerimentos e processos de registro em geral, expedindo as carteiras profissionais ou documentos de registro;

i) sugerir ao Conselho Federal médias necessárias à regularidade dos serviços e à fiscalização do exercício das profissões reguladas nesta lei;

j) agir, com a colaboração das sociedades de classe e das escolas ou faculdades de engenharia, arquitetura e agronomia, nos assuntos relacionados com a presente lei;

k) cumprir e fazer cumprir a presente lei, as resoluções baixadas pelo Conselho Federal, bem como expedir atos que para isso julguem necessários;

l) criar inspetorias e nomear inspetores especiais para maior eficiência da fiscalização;

m) deliberar sobre assuntos de interesse geral e administrativo e sobre os casos comuns a duas ou mais especializações profissionais;

n) julgar, decidir ou dirimir as questões da atribuição ou competência, das Câmaras Especializadas referidas no artigo 45, quando não possuir o Conselho Regional número suficiente de profissionais do mesmo grupo para constituir a respectiva Câmara, como estabelece o artigo 48;

o) organizar, disciplinar e manter atualizado o registro dos profissionais e pessoas jurídicas que, nos termos desta lei, se inscrevem para exercer atividades de engenharia, arquitetura ou agronomia, na Região;

p) organizar e manter atualizado o registro das entidades de classe referidas no artigo 62 e das escolas e faculdades que, de acordo com esta lei, devam participar da eleição de representantes destinada a compor o Conselho Regional e o Conselho Federal;

q) organizar, regulamentar e manter o registro de projetos e planos a que se refere o artigo 23;

r) registrar as tabelas básicas de honorários profissionais elaboradas pelos órgãos de classe.

s) autorizar o presidente a adquirir, onerar ou, mediante licitação, alienar bens imóveis.

(...)

**Art. 37.** Os Conselhos Regionais serão constituídos de brasileiros diplomados em curso superior, legalmente habilitados de acordo com a presente lei, obedecida a seguinte composição:

a) um presidente, eleito por maioria absoluta pelos membros do Conselho, com mandato de 3 (três) anos;

b) um representante de cada escola ou faculdade de engenharia, arquitetura e agronomia com sede na Região;

c) representantes diretos das entidades de classe de engenheiro, arquiteto e engenheiro-agrônomo, registradas na Região de conformidade com o artigo 62.

Parágrafo único. Cada membro do Conselho terá um suplente.

(...)

Art. 56. Aos profissionais registrados de acordo com esta lei será fornecida carteira profissional, conforme modelo, adotado pelo Conselho Federal, contendo o número do registro, a natureza do título, especializações e todos os elementos necessários à sua identificação.

§ 1º A expedição da carteira a que se refere o presente artigo fica sujeita à taxa que for arbitrada pelo Conselho Federal.

§ 2º A carteira profissional, para os efeitos desta lei, substituirá o diploma, valerá como documento de identidade e terá fé pública.

§ 3º Para emissão da carteira profissional os Conselhos Regionais deverão exigir do interessado a prova de habilitação profissional e de identidade, bem como outros elementos julgados convenientes, de acordo com instruções baixadas pelo Conselho Federal.

(...)

Art. 71. As penalidades aplicáveis por infração da presente lei são as seguintes, de acordo com a gravidade da falta:

- a) advertência reservada;
- b) censura pública;
- c) multa;
- d) suspensão temporária do exercício profissional;
- e) cancelamento definitivo do registro.

Parágrafo único. As penalidades para cada grupo profissional serão impostas pelas respectivas Câmaras Especializadas ou, na falta destas, pelos Conselhos Regionais.

Art. 72. As penas de advertência reservada e de censura pública são aplicáveis aos profissionais que deixarem de cumprir disposições do Código de Ética, tendo em vista a gravidade da falta e os casos de reincidência, a critério das respectivas Câmaras Especializadas.

Art. 73 - As multas são estipuladas em função do maior valor de referência fixado pelo Poder Executivo e terão os seguintes valores, desprezadas as frações de um cruzeiro:

- a) de um a três décimos do valor de referência, aos infratores dos arts. 17 e 58 e das disposições para as quais não haja indicação expressa de penalidade;
- b) de três a seis décimos do valor de referência, às pessoas físicas, por infração da alínea b do art. 6º, dos arts. 13, 14 e 55 ou do parágrafo único do art. 64;
- c) de meio a um valor de referência, às pessoas jurídicas, por infração dos arts. 13, 14, 59 e 60, e parágrafo único do art. 64;
- d) de meio a um valor de referência, às pessoas físicas, por infração das alíneas a, c e d do art. 6º;
- e) de meio a três valores de referência, às pessoas jurídicas, por infração do art. 6º.

(...)

Art. 75. O cancelamento do registro será efetuado por má conduta pública e escândalos praticados pelo profissional ou sua condenação definitiva por crime considerado infamante.

## LEI FEDERAL Nº 6.496/1977

A Lei Federal nº 6.496, de 7 de dezembro de 1977, instituiu a "Anotação de Responsabilidade Técnica" na prestação de serviços de engenharia, de arquitetura e agronomia; autoriza a criação, pelo Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CONFEA, de uma Mútua de Assistência Profissional.

Art. 1º - Todo contrato, escrito ou verbal, para a execução de obras ou prestação de quaisquer serviços profissionais referentes à Engenharia, à Arquitetura e à Agronomia fica sujeito à "Anotação de Responsabilidade Técnica" (ART).

Art. 2º - A ART define para os efeitos legais os responsáveis técnicos pelo empreendimento de engenharia, arquitetura e agronomia.

§ 1º - A ART será efetuada pelo profissional ou pela empresa no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CREA), de acordo com Resolução própria do Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CONFEA).

§ 2º - O CONFEA fixará os critérios e os valores das taxas da ART ad referendum do Ministro do Trabalho.

Art. 3º - A falta da ART sujeitará o profissional ou a empresa à multa prevista na alínea "a" do art. 73 da Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, e demais cominações legais.

Art. 4º - O CONFEA fica autorizado a criar, nas condições estabelecidas nesta Lei, uma Mútua de Assistência dos Profissionais da Engenharia, Arquitetura e Agronomia, sob sua fiscalização, registrados nos CREAs.

§ 1º - A Mútua, vinculada diretamente ao CONFEA, terá personalidade jurídica e patrimônio próprios, sede em Brasília e representações junto aos CREAs.

§ 2º - O Regimento da Mútua será submetido à aprovação do Ministro do Trabalho, pelo CONFEA.

(...)

Art. 12 - A Mútua, na forma do Regimento, e de acordo com suas disponibilidades, assegurará os seguintes benefícios e prestações:

I - auxílios pecuniários, temporários e reembolsáveis, aos associados comprovadamente necessitados, por falta eventual de trabalho ou invalidez ocasional;

II - pecúlio aos cônjuges supérstites e filhos menores dos associados;

III - bolsas de estudo aos filhos de associados carentes de recursos ou a candidatos a escolas de Engenharia, de Arquitetura ou de Agronomia, nas mesmas condições de carência;

IV - assistência médica, hospitalar e dentária, aos associados e seus dependentes, sem caráter obrigatório, desde que reembolsável, ainda que parcialmente;

V - facilidades na aquisição, por parte dos inscritos, de equipamentos e livros úteis ou necessários ao desempenho de suas atividades profissionais;

VI - auxílio funeral.

§ 1º - A Mútua poderá financiar, exclusivamente para seus associados, planos de férias no país e/ou de seguros de vida, acidentes ou outros, mediante contratação.

§ 2º - Visando à satisfação do mercado de trabalho e à racionalização dos benefícios contidos no item I deste artigo, a Mútua poderá manter serviços de colocação de mão-de-obra de profissionais, seus associados.

§ 3º - O valor pecuniário das prestações assistenciais variará até o limite máximo constante da tabela a ser aprovada pelo CONFEA, nunca superior à do Instituto Nacional de Previdência Social (INPS).

§ 4º - O auxílio mensal será concedido, em dinheiro, por períodos não superiores a 12 (doze) meses, desde que comprovada a evidente necessidade para a sobrevivência do associado ou de sua família.

§ 5º - As bolsas serão sempre reembolsáveis ao fim do curso, com juros e correção monetária, fixados pelo CONFEA.

(...)

Art 13 - Ao CONFEA incumbirá, na forma do Regimento:

I - a supervisão do funcionamento da Mútua;

II - a fiscalização e aprovação do Balanço, Balancete, Orçamento e da prestação de contas da Diretoria Executiva da Mútua;

III - a elaboração e aprovação do Regimento da Mútua;

IV - a indicação de 3 (três) membros da Diretoria Executiva;

V - a fixação da remuneração do pessoal empregado pela Mútua;

VI - a indicação do Diretor-Presidente da Mútua;

VII - a fixação, no Regimento, da contribuição prevista no item II do art. 11;

VIII - a solução dos casos omissos ou das divergências na aplicação desta Lei.

Art 14 - Aos CREAs, e na forma do que for estabelecido no Regimento, incumbirá:

I - recolher à Tesouraria da Mútua, mensalmente, a arrecadação da taxa e contribuição previstas nos itens I e II do art. 11 da presente Lei;

II - indicar os dois membros da Diretoria Executiva, na forma a ser fixada pelo Regimento.

(...)

Art 16 - No caso de dissolução da Mútua, seus bens, valores e obrigações serão assimilados pelo CONFEA, ressalvados os direitos dos associados.

Parágrafo único - O CONFEA e os CREAs responderão, solidariamente, pelo déficit ou dívida da Mútua, na hipótese de sua insolvência.

## LEI Nº 6.619/1978

A Lei nº 6.619, de 16 de dezembro de 1978, não é uma lei de matéria específica, pois ela apenas promove alterações referentes à Lei nº 5.194/1966.

Tais alterações são, de modo geral: a) a possibilidade do presidente do Conselho Federal e dos Conselhos Regionais de Engenharia, Arquitetura e Agronomia, de adquirir, onerar ou, mediante licitação, alienar bens imóveis; b) as regras de constituição de renda dos Conselho Federal e dos Conselhos Regionais (arts. 28 e 35, Lei nº 5.194/1966); c) atribuição de valores atualizados das multas, como espécie sancionatória, previsto no artigo 73 da referida Lei.

## LEI Nº 6.839/1990

A Lei nº 6.839, de 30 de outubro de 1980, é a lei que dispõe sobre o registro de empresas nas entidades fiscalizadoras do exercício de profissões. O artigo 1º, o único relevante dentre os três, dispõe que "O registro de empresas e a anotação dos profissionais legalmente habilitados, delas encarregados, serão obrigatórios nas entidades competentes para a fiscalização do exercício das diversas profissões, em razão da atividade básica ou em relação àquela pela qual prestem serviços a terceiros".

## LEI Nº 8.078/1990

O Código de Defesa do Consumidor CDC (Lei nº 8.078/1990) é o instrumento normativo que regulamentam as relações de consumo no Brasil. O estudo desse ramo jurídico é bastante denso, mas apenas alguns aspectos mais simples e básicos desse ramo costumam aparecer em questões de concurso público. Por isso, daremos maior destaque para esses aspectos iniciais. Lembrando que uma leitura do CDC na sua íntegra é sempre recomendado.

Tratemos, primeiramente, do que vem a ser uma relação de consumo.

### 1. Relação de consumo: consumidor, fornecedor, diferenciação entre produtos e serviços

Direitos do consumidor é o conjunto de normas e regras que regulamentam as relações de consumo entre particulares. Não se pode compreender toda a extensão do ramo jurídico de direitos do consumidor sem, antes, estabelecer alguns conceitos básicos característicos da relação de consumo. De início, pode-se afirmar que, para se configurar uma relação de consumo (na acepção jurídica), é necessário a presença de três elementos: consumidor, fornecedor, e produto

O **consumidor** é o primeiro elemento da relação de consumo. Sua definição encontra-se disposto no artigo 2º do CDC (Lei 8.078/1990). Consumidor, assim, é toda pessoa física ou jurídica que adquire produto ou utiliza serviço como destinatário final. A expressão "destinatário final" é a que designa aquela pessoa que adquire bens e serviços para consumo próprio, ou de sua família. Neste sentido, está excluída a pessoa que adquire produto como insumo para implementar em seu ramo de trabalho.

Mas o CDC também prevê outra forma de consumidor, mais abrangente. É o consumidor por equiparação. Segundo o parágrafo único do referido artigo 2º, equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

O **fornecedor** é o segundo elemento da relação de consumo. Conforme dispõe o artigo 3º do Código do Consumidor, fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, pública ou privada, ou até mesmo os entes despersonalizados, que colocam produto ou serviço no mercado de consumo com habitualidade. Deste conceito, destaca-se dois aspectos relevantes: primeiro, o rol de pessoas consideradas fornecedores é bastante amplo e geral, pois a ideia é justamente enquadrar o número máximo de pessoas possíveis como fornecedores, para caracterizar uma relação de consumo. Observe que até mesmo entidades com natureza de direito público podem ser consideradas fornecedores. Outro aspecto relevante é a questão da "habitualidade": Fornecer produto ou serviço deve ser uma atividade habitual e comum da pessoa. Assim, quem vende de forma eventual, sem a frequência característica, não pode ser considerado fornecedor.

O terceiro elemento que caracteriza uma relação de consumo é o produto ou serviço. Segundo o § 1º do artigo 3º do Código do Consumidor, **produto** é todo bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, novo ou usado, fungível ou infungível, colocado no mercado de consumo. Para ser considerado produto, deve ser um bem que esteja dentro do comércio, isso é, que possui valor econômico e possa ser alienado e adquirido com dinheiro.

O **serviço** está disposto no § 2º do referido artigo 3º do CDC. É qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito ou securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. Quando o CDC trata da remuneração, não quer especificamente dizer a remuneração direta, isso é, 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.



#### #FicaDica

Cuidado com os serviços públicos, isso é, aqueles fornecidos pelo Estado, ou por outro, mediante concessão ou permissão. Nem todos os serviços públicos são regulamentados pelo CDC. Aos serviços públicos nos quais a contratação se der por meio de tarifa, taxa ou preço público, como pedágio, energia elétrica, ônibus, são cabíveis as regras de proteção do consumidor. Porém, aos serviços fornecidos por meio do pagamento de impostos, não se configura relação de consumo. Logo, não se aplica o CDC.

Com isso, podemos definir a **relação de consumo** como a relação jurídica em que temos, de um lado, uma pessoa que oferece produtos e serviços com habitualidade, e do outro, temos uma pessoa que, de alguma forma, adquire esses produtos e serviços como o seu destinatário final.

## 2. Princípios e Direitos Básicos dos Consumidores

As relações de consumo são bastante especiais, uma vez que estamos lidando com dois lados que não se encontram em pé de igualdade. Enquanto o fornecedor possui todos os meios de produção e recursos necessários para vender seus produtos/serviços, de modo a almejar altos lucros, o consumidor encontra-se em situação desvantajosa, uma vez que apenas possui uma quantia econômica suficiente para adquirir alguns dos produtos/serviços ofertados pelo fornecedor.

Diante desse cenário, torna-se importante explicitar sobre os Princípios do Direito do Consumidor que serão apresentados a seguir.

**A) Princípio da Vulnerabilidade:** Previsto no artigo 4º, inciso I da Lei 8.0078/1990, esse princípio reconhece a fragilidade do agente mais fraco nas relações de consumo. Há um reflexo direto no campo de aplicação do CDC, determinando quais relações contratuais estarão sob a égide desta lei e de seu sistema de combate ao abuso. Importante ressaltar que não se confunde vulnerabilidade com hipossuficiência. Esta é uma marca pessoal, limitada a alguns, até mesmo a uma coletividade, mas nunca a todos os consumidores. A vulnerabilidade, de modo geral, abrange todos os consumidores.

**B) Princípio da Intervenção estatal:** Este princípio está previsto nos artigos 5º, XXXII, e 170, ambos da Constituição Federal. Conforme preconiza o dispositivo constitucional, o Estado deve promover a defesa do consumidor. Nesse mesmo sentido também temos o artigo 4º, II, CDC. Baseando-se nesse princípio, o Estado tem obrigação de atuar nas relações de consumo com a finalidade de proteger a parte mais fraca, o consumidor. Isto se dá por meio legislativo e administrativo. O objetivo maior é garantir o respeito aos interesses consumeristas. A participação do Estado é imprescindível para que haja o equilíbrio de condições entre o fornecedor e o consumidor. Para tanto, deve atuar em dois momentos distintos, inicialmente na elaboração de normas que atendam ao interesse da coletividade e, a posteriori na entrega da efetiva prestação jurisdicional. A necessidade da intervenção governamental se dá em virtude de o consumidor ser, reconhecidamente, a parte mais fraca da relação jurídica de consumo.

**C) Princípio Do Equilíbrio:** Este princípio foi o principal fundamento para a criação do Código de Defesa do Consumidor. Tem como objetivo a busca da igualdade substancial, uma vez que diante ao fornecedor, o consumidor é muito mais vulnerável. Com isso, a busca por uma igualdade material e concreta deve sempre nortear o legislador e o magistrado no momento de interpretação e aplicação das normas consumeristas.

**D) Princípio da Publicidade:** trata-se de princípio que rege a informação ou mensagem publicitária, evitando quaisquer danos ao consumidor dos produtos ou serviços anunciados, tais como: liber-

dade, da legalidade, da transparência, da boa-fé, da identificabilidade, da vinculação contratual, da obrigatoriedade da informação, da veracidade, da responsabilidade objetiva, da inversão do ônus da prova na publicidade e o da correção do desvio publicitário.

- E) Princípio do Dever Governamental:** previsto no artigo 4º, inciso II, VI e VII do CDC vem orientar a proteção efetiva do consumidor, seja por iniciativa direta, envolvendo incentivo à criação e desenvolvimento de associações, presença do Estado no mercado de consumo ou garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho (que por sinal fazem parte dos direitos básicos do consumidor). Assim, tal princípio fundamenta a criação de entidades como o PROCON, com a tarefa de fiscalizar as relações de consumo no plano concreto.
- F) Princípio do Acesso à Justiça:** previsto no art. 6º, incisos VII e VIII do CDC. Garante que todos têm direito do acesso à justiça para invocar perante o Estado um direito. Assim, o legislador buscou fornecer meios para facilitar ainda mais o acesso de todo e qualquer cidadão à tutela jurisdicional, como uma forma de defesa de seus direitos, a fim de reequilibrar ou reduzir a distância entre o consumidor e o fornecedor.
- G) Princípio da Informação:** está implícito no art. 4º, IV, CDC, que responsabiliza pelo esclarecimento dos direitos e deveres dos consumidores e fornecedores, com vistas a harmonizar a relação de consumo e de tornar ilegal qualquer ato ou procedimento que atente contra o direito à informação do consumidor. Todas as informações devem ser amplas, substanciais, extensivas a todos os aspectos da relação de consumo estabelecida.
- H) Princípio da Garantia de Adequação:** previsto no artigo 4º, inciso II, alínea *d* e inciso V do CDC. Corresponde à plena adequação dos produtos e serviços à segurança e à qualidade, que é o objetivo do sistema de proteção do consumidor, respeitando seus interesses econômicos e visando à melhoria da qualidade de vida.
- I) Princípio da Boa-Fé Objetiva:** trata-se de princípio que dispõe a relação jurídica entre as partes dever se pautar na lealdade e cooperação entre consumidor e fornecedor, visando combater os abusos praticados no mercado e que os interesses particulares sobreponham-se aos interesses sociais.

Considerando o grande rol de princípios aplicados no ramo de direito de consumidor, o CDC elenca, também, alguns direitos básicos conferidos a todo consumidor. Esses direitos básicos encontram-se dispostos, de modo geral, no artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor. Assim, o consumidor tem como assegurados os seguintes direitos:

- I) Direito à vida, à saúde e à segurança:** o artigo 6º, I, do CDC dispõe sobre a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos. O fornecedor tem o

dever de informar os possíveis riscos que o produto ou serviço oferece à vida, saúde, segurança e patrimônio do consumidor. O fornecedor de tais produtos e serviços deverá informar de forma clara ao consumidor dos riscos que podem causar à sua saúde e à sua vida. Deve essa informação ser realizada por meio de anúncios publicitários nos meios de comunicação (imprensa, rádio e televisão), com o propósito de evitar danos à vida humana.

- II) Direito à educação e divulgação:** o consumidor deve saber o consumo adequado e correto dos produtos e serviços colocados à disposição no mercado de consumo, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações. Assim, dada as devidas instruções, ele pode optar pelo produto ou serviço existente no mercado que atenda a sua necessidade.
- III) Direito à informação correta sobre produtos e serviços:** os produtos e serviços ofertados devem ter uma especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem. A informação deve ser adequada e clara, não deixando dúvidas acerca do que é oferecido. Importante destacar que a informação se limita aos compostos e se apresentam alguma contra indicação, não incluindo o segredo industrial, que é direito do produtor.
- IV) Direito à proteção contra as propagandas enganosas e abusivas:** é assegurado ao consumidor, também, proteção contra qualquer tipo de método comercial coercitivo ou desleal, bem como contra as práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

### 3. Vícios e defeitos: conceito e diferenciação

Como uma forma de garantir maior proteção ao consumidor, o CDC procurou estabelecer se um produto apresenta algum vício, ou se apresenta algum defeito. Os defeitos são tratados nos arts. 12 a 14 e os vícios nos arts. 18 a 20.

**Vícios** muito se assemelham aos vícios redibitórios, instituto característico do Direito Civil. São considerados vícios as características de qualidade ou quantidade que tornem os produtos ou serviços impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam e também que lhes diminuam o valor. Da mesma forma são considerados vícios aqueles decorrentes da disparidade havida em relação às indicações constantes do recipiente, embalagem, rotulagem, oferta ou mensagem publicitária (art. 20, CDC). Tudo que faça com que o produto não funcione corretamente, ou que funcione mal ou inadequadamente, são considerados vícios.

Os vícios podem ser aparentes ou ocultos. Aparentes são aqueles vícios que aparecem no singelo uso e consumo do produto (ou serviço). Vícios ocultos são aqueles que só aparecem algum ou muito tempo após o uso ou que, por estarem inacessíveis ao consumidor, não podem ser detectados na utilização ordinária.

Os **defeitos**, por outro lado, é o vício acrescido de um problema extra, algo extrínseco ao produto ou serviço, que causa um dano maior que simplesmente o mau funcionamento, o não funcionamento, a quantidade errada, a perda do valor pago. O produto é considerado defeituoso quando não oferece a segurança que dele le-

gitamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: a sua apresentação; o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam; e a época em que foi colocado em circulação (art. 12, § 1º, CDC). O defeito causa, além desse dano do vício, outro ou outros danos ao patrimônio jurídico material e/ou moral e/ou estético e/ou à imagem do consumidor. Percebe-se que o defeito sempre pressupõe algum vício, mas vai mais além do produto ou do serviço para atingir o consumidor em seu patrimônio jurídico mais amplo.

#### 4. A Vulnerabilidade do Consumidor

O consumidor é a parte mais vulnerável na relação consumerista, isso é fato. Há uma série de eventos e institutos que possam prejudicar o consumidor, seja na sua pessoa ou no seu patrimônio ou de seus familiares. É importante conhecer, de modo geral, as práticas e cláusulas abusivas, estabelecer como se configura uma publicidade abusiva ou enganosa, bem como destacar as hipóteses de descumprimento da oferta.

##### 4.1 Práticas e cláusulas abusivas

A ideia das práticas abusivas consumeristas advém do instituto do abuso de direito. A prática real do exercício dos vários direitos subjetivos acabou demonstrando que, em alguns casos, não havia ato ilícito, mas era o próprio exercício do direito em si que se caracterizava como abusivo. A teoria do abuso do direito, então, ganhou força e acabou preponderando, sendo definido como o resultado do excesso de exercício de um direito, capaz de causar dano a outrem.

Sobre as **práticas abusivas**, o CDC tratou especificamente de regular as práticas abusivas em três artigos: 39, 40 e 41. Mas apenas no art. 39 as práticas que se pretendem coibir, e que lá são elencadas exemplificativamente, são mesmo abusivas. O art. 40 regula o orçamento e o art. 41 trata de preços tabelados. São abusivas as ações e/ou condutas que, uma vez existentes, caracterizam-se como ilícitas, independentemente de se encontrar ou não algum consumidor lesado ou que se sinta lesado. São ilícitas em si, apenas por existirem de fato no mundo fenomênico. Observe o texto do artigo 39, *in verbis*:

*Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:*

*I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;*

*II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;*

*III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;*

*IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;*

*V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;*

*VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;*

*VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;*

*VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);*

*IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;*

*X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.*

*XI - Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da conversão na Lei nº 9.870, de 23.11.1999*

*XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério.*

*XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.*

*XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo.*

*Parágrafo único. 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.*

As práticas abusivas podem ser classificadas em pré-contratuais, contratuais, e pós-contratuais. Isso significa que tais ações podem ser consideradas abusivas, ainda que ocorridas antes, durante a vigência, ou após o término do contrato de consumo. O envio de cartão de crédito sem que o consumidor tenha pedido é exemplo de abuso pré-contratual. A prática "pós-contratual" surge como ato do fornecedor por conta de um contrato de consumo preexistente. Como exemplo, tome-se a "negativação" indevida nos serviços de proteção ao crédito.

##### 4.2 Oferta e Descumprimento da Oferta

O fornecedor, para promover seus produtos e/ou serviços, busca atrair o consumidor enaltecendo as suas características, qualidades, aspectos funcionais e, não raras vezes, acaba por promovê-los também com diminuição de seu preço e melhoria na forma de pagamento, assim como criando regras de descontos ou premiações, tudo com vistas a captar o desejo de consumo do consumidor e também o seu dinheiro.

A oferta é um legítimo instrumento à disposição do fornecedor de otimizar a sua lucratividade, estabelecendo o CDC o conceito no teor do seu artigo 30 ao estabelecer que a oferta é "toda informação ou publicidade, su-

ficientemente 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”.

O poder de influenciar as escolhas de consumo é tamanha que houve por bem proteger o consumidor de forma a obrigar o fornecedor no cumprimento da oferta promovida, sob pena de aplicação do artigo 35 do CDC que possibilita ao consumidor, em caso de descumprimento da oferta, à sua escolha, o cumprimento forçado da obrigação ou, a aceitação de outro produto ou serviço equivalente ou, optar o consumidor pela rescisão do contrato com devolução das quantias pagas, monetariamente atualizadas, sem prejuízo de perdas e danos.

Para que a oferta tenha todo esse poder, o quanto transmitido na oferta deve ter criado no consumidor uma expectativa de cunho objetivo a respeito do produto e/ou serviço e, justamente a quebra dessa expectativa é que ensejará a escolha de uma das opções postas ao consumidor nos termos do artigo 35, do CDC. Pode-se ser usado como exemplo bem próximo duas campanhas publicitárias que geraram ofertas em razão da Copa América de 2019, a primeira delas de um grande fornecedor de eletroeletrônicos que ofertou que para os consumidores que comprassem uma televisão em seu estabelecimento, caso o Brasil se sagrasse campeão, comprariam outra por apenas R\$ 1,00 (um real), essa oferta estabeleceu uma condição para que gerasse a responsabilidade do fornecedor no seu cumprimento, independentemente da seleção brasileira ter vencido ou não.

Importante destacar que se a oferta contém um estímulo ao consumo dado de forma subjetiva, não terá o condão de obrigar o fornecedor no seu cumprimento por não poder criar expectativas a respeito do produto e/ou serviço, como por exemplo, a publicidade em que se veicula que a bolacha divulgada é a mais gostosa que existe, acaba por não vincular o fornecedor posto que a questão de gostar ou não está intrínseca ao produto e sim ao consumidor. Da mesma forma que o exagero (puffing), não obriga o fornecedor, em razão da ausência de precisão da informação. Assim, expressões como “o melhor carro do mundo” ou “basta usar que todos os seus sonhos serão realizados”, por serem exageradas, não permitem a precisão da informação.

### 4.3 Publicidade Enganosa e Publicidade Abusiva

O termo “publicidade” deriva do latim “*publicus*”, que significa tornar algo público, seja um fato, uma ideia ou uma coisa. Apesar de haver diversos doutrinadores que buscam um conceito adequado de publicidade jurídica, a legislação não teve tamanha preocupação. Apesar de o CDC não apresentar uma definição de publicidade, temos o Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, que define publicidade comercial, em seu art. 8º, como “toda atividade destinada a estimular o consumo de bens e serviços, bem como promover instituições, conceitos e ideias”.

Porém, o CDC tratou de estabelecer uma definição e algumas hipóteses de configuração da publicidade enganosa e abusiva. Segundo o artigo 37, § 1º, do CDC, 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.

O referido dispositivo legal protege o consumidor de qualquer informação ou comunicação de caráter publicitário capaz de induzi-lo a erro quanto ao produto ou serviço ofertado. A publicidade que infringe essa disposição legal contraria os interesses de toda a coletividade e pode causar prejuízos a um número incalculável de consumidores. Observe que o CDC adotou um critério finalístico, ao considerar publicidade enganosa a simples veiculação de anúncio publicitário, que seja capaz de induzir o consumidor ao erro. Desse modo, leva-se em conta apenas a potencialidade lesiva da publicidade, não sendo necessário que o consumidor tenha sido efetivamente enganado. Trata-se de presunção *juris et de jure* (não admite prova em contrário) de que os consumidores difusamente considerados foram lesados.

Mas o Código do Consumidor também prevê a hipótese de **publicidade abusiva**, no § 2º do mesmo artigo 37. Segundo o referido dispositivo, “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”.

A publicidade abusiva não se confunde com a publicidade enganosa. Na primeira não há, necessariamente, uma inverdade e nem sempre o consumidor é induzido ao cometimento de erro. Ela pode até ser verdadeira, mas seu conteúdo afronta a moral, a ética e os bons costumes. Na publicidade enganosa, por outro lado, o conteúdo do anúncio sempre contém inverdades ou alguma omissão que induza o consumidor ao erro. Outra diferença básica consiste no fato de que a publicidade enganosa geralmente causa prejuízo econômico à coletividade de consumidores, diferentemente da publicidade abusiva, que, apesar de causar algum mal ou constrangimento, não tem, obrigatoriamente, relação com o produto ou serviço.

Assim, conclui-se que, a publicidade tem que ser verdadeira e respeitar os valores sociais, morais e éticos, vedando-se a difusão de mensagens publicitárias que desrespeitem esses cânones. A veiculação de propaganda abusiva ou enganosa, além de ser vedada pela lei, configura em grave ofensa aos direitos básicos do consumidor. Portanto, é necessário não apenas se preocupar com o conteúdo da mensagem publicitária que será veiculada, mas também com a maneira que ela será transmitida e como os consumidores vão reagir.

## 5. Solidariedade no Direito do Consumidor

A regra geral da responsabilidade civil, isso é, aquela que envolve a indenização pela prática de atos danosos a outrem, é que, havendo multiplicidade de credores e devedores, as obrigações são fracionadas entre os mesmos (art. 257 do CC) e cada um é responsável apenas a

sua quota-parte. A solidariedade, no ramo de direito civil, é uma exceção, pois obriga cada um dos devedores ao pagamento de toda a dívida ou permite a cada um dos credores o recebimento de toda a dívida.

Mas para o direito do consumidor, a **solidariedade passiva entre os fornecedores** (e não a fracionariedade) é a regra geral estabelecida no art. 7º, parágrafo único do CDC: "Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo".

O art. 13 do mesmo CDC dispõe que nos acidentes de consumo (fato do produto) causados por defeito do produto, a responsabilidade do comerciante é subsidiária e ele só será solidariamente responsável junto com o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador quando estes não puderem ser identificados ou não conservar adequadamente os produtos perecíveis. No que se refere aos vícios de qualidade dos produtos e serviços (arts. 18 a 20 do CDC), a solidariedade entre comerciante, prestador de serviços e fabricante é incondicional. É muito comum ocorrer a responsabilidade solidária na compra e venda de produtos eletrodomésticos, como televisões que não sintonizam, ou geladeiras que não gelam, etc. O consumidor poderá exigir responsabilização tanto do fornecedor, como da empresa manufaturadora do aparelho, ou qualquer outro ente responsável pelo oferecimento do produto/serviço no mercado.

Importante ressaltar que a renúncia a responsabilidade solidária, com previsão no Código Civil, é absolutamente vedada no ramo de direitos do consumidor. O artigo 25, *caput*, do CDC, assim dispõe: "É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores". Assim, mesmo que os diversos fornecedores estabeleçam cláusula contratual que afaste a solidariedade entre eles, tal cláusula não prevalece em face ao consumidor e qualquer um dos fornecedores ou todos conjuntamente podem ser acionados pela reparação dos danos.

Sobre o direito de regresso contra os demais devedores, no direito do consumidor, trata-se de uma hipótese imperfeita, pois o art. 13, parágrafo único, do CDC assegura ao fornecedor solidário que pagou os danos ao consumidor, o direito de regresso contra os demais "apenas naquilo que corresponde à participação de cada um no resultado danoso". O direito de regresso é mais restrito, e será exercido de acordo com a medida do nexo causal de cada um dos envolvidos com o acidente de consumo.



### FIQUE ATENTO!

A jurisprudência vem excluindo algumas hipóteses de direito de regresso para alguns casos de acidente de consumo. Na veiculação de publicidade abusiva, o STJ quebrou o princípio geral da solidariedade no CDC para individualizar a conduta e excluir a responsabilidade das empresas de comunicação pela veiculação de publicidade enganosa ou abusiva. "As empresas de comunicação não respondem por publicidade de propostas abusivas ou enganosas. Tal responsabilidade toca aos fornecedores-anunciantes, que a patrocinaram (CDC, Arts. 3º e 38). IV - O CDC, quando trata de publicidade, impõe deveres ao anunciante - não às empresas de comunicação (Art. 3º, CDC)." (STJ - REsp. 604.172-SP - 3ª Turma - j. 27.03.2007 - rel. Min. Humberto Gomes de Barros, DJU 21.05.2007, p. 568).



### EXERCÍCIO COMENTADO

**1.(TJ-CE – JUIZ LEIGO – INSTITUTO CONSULPLAN – 2019)** Em relação ao tratamento que a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça dá à Relação de Consumo e aos conceitos de Consumidor e Fornecedor, marque a alternativa incorreta.

- a) O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras.
- b) O Código de Defesa do Consumidor é aplicável aos contratos locatícios regidos pela Lei nº 8.245/91.
- c) Não incide o Código de Defesa do Consumidor nas relações jurídicas estabelecidas entre condomínio e condôminos
- d) O Código de Defesa do Consumidor não se aplica ao contrato de plano de saúde administrado por entidade de autogestão, por inexistir relação de consumo.

**Resposta: Letra B.** O Código de Defesa do Consumidor, segundo entendimento jurisprudencial, não é aplicável aos contratos locatícios, exatamente pelo fato deles serem regidos por lei própria, qual seja, a Lei nº 8.245/1991. Importante ressaltar a Súmula nº 297 do STJ, que dispõe: "o Código de Defesa do Consumidor é aplicável as instituições financeiras".

**2.(TJ-PR – JUIZ SUBSTITUTO – CESPE – 2019)** A respeito de cobrança de dívidas e cadastros de inadimplentes, de prescrição, de práticas comerciais abusivas e de oferta e publicidade, assinale a opção correta, de acordo com a jurisprudência do STJ.

- A cobrança indevida de pagamento por serviços de telefonia enseja a condenação da empresa prestadora do serviço por danos morais presumidos, independentemente de efetuada a inscrição do nome do consumidor em cadastros de inadimplentes.
- A ação de indenização por danos morais decorrente da inscrição indevida de consumidor em cadastro de inadimplentes promovida por instituição financeira aplica-se o prazo prescricional de três anos, previsto no Código Civil.
- Em salas de cinema, a prática de compelir consumidor espectador a comprar todo e qualquer produto dentro da própria sala de exibição de filmes não é abusiva, por ser essa atividade de caráter complementar à principal.
- A responsabilidade do comerciante é subsidiária à do fabricante no caso de o vendedor se aproveitar de publicidade enganosa do fabricante para a comercialização do produto.

**Resposta: Letra B.** A letra A está incorreta pois não há na jurisprudência do STJ reconhecimento de danos morais presumidos por cobrança de serviço de telefonia “independentemente de efetuada a inscrição do nome do consumidor em cadastro de inadimplentes. A letra C está incorreta, O STJ já se manifestou no sentido de ser venda casada por via obliqua a conduta da empresa de cinema ao proibir o consumidor de ingressar na sala com produtos alimentícios adquiridos em outros estabelecimentos (Resp. 744.602, DJ 15.03.2007). A letra D está incorreta, A responsabilidade na hipótese é solidária e não subsidiária, pois o comerciante poderá ressarcir o consumidor. Observe o seguinte julgado: “(...)É solidária a responsabilidade entre aqueles que veiculam publicidade enganosa e os que dela se aproveitam, na comercialização de seu produto” (REsp nº 327.257/SP, rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, j. 22-06-2004 – DJ 16-11-2004).

**3.(TJ-AC – JUIZ DE DIREITO SUBSTITUTO – VUNESP – 2019)** A Política Nacional das Relações de Consumo é regida pelo seguinte princípio, dentre outros:

- racionalização e melhoria dos serviços públicos e privados.
- harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento socioeconômico do Brasil.
- coibição e repressão de abusos praticados no mercado de consumo que possam causar prejuízo aos consumidores e fornecedores.
- educação e informação de consumidores e fornecedores quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

**Resposta:** Letra D. A letra A está incorreta, pois o princípio dispõe apenas sobre a melhoria e racionalização dos serviços públicos, não dos privados. A letra B está incorreta, pois a necessidade diz respeito ao desenvolvimento somente econômico do Brasil, não socioeconômico. A letra C está incorreta, pois o princípio visa proteger somente os consumidores, e não os fornecedores.

### LEI Nº 8.195/1991

A Lei nº 8.195, de 26 de junho de 1991, também faz algumas alterações na Lei nº 5.194/1966, dispondo sobre eleições diretas para Presidentes dos Conselhos Federal e Regionais de Engenharia, Arquitetura e Agronomia.

Os Presidentes dos Conselhos Federal e Regionais de Engenharia, Arquitetura e Agronomia serão eleitos pelo voto direto e secreto dos profissionais registrados e em dia com suas obrigações para com os citados conselhos, podendo candidatar-se profissionais brasileiros habilitados de acordo com a Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966 (art. 1º). O Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia disporá, em resolução, sobre os procedimentos eleitorais referentes à organização e data das eleições, prazos de desincompatibilização, apresentação de candidaturas e tudo o mais que se fizer necessário à realização dos pleitos (art. 2º).

### LEI Nº 8.429/1992

#### 1. Conceito de improbidade

O agente público, quando age no exercício das suas funções, pode praticar atos violadores do Direito, capazes de ensejar um dever de responsabilização da Administração, que é a pessoa jurídica a qual representa. É bastante comum a doutrina estabelecer a responsabilidade triplíce dos agentes públicos, uma vez que seus atos podem violar direitos relativos às esferas civil, penal, e administrativas. Todavia, além das três esferas mencionadas, é possível verificar uma quarta esfera de responsabilização dos agentes públicos, que diz respeito à improbidade administrativa.

**Improbidade** possui previsão constitucional, mais especificamente no art. 37, *caput*, ao expor que é dever da Administração Pública Direta e Indireta, o respeito ao princípio da moralidade administrativa. Além disso, consta no § 4º do mesmo dispositivo constitucional que “os atos de improbidade administrativa importarão a suspensão dos direitos políticos, a perda da função pública, a indisponibilidade dos bens e o ressarcimento ao erário, na forma e gradação previstas em lei, sem prejuízo da ação penal cabível”. Pela leitura do dispositivo, verifica-se uma característica importante dos atos de improbidade: a sua independência em relação às outras esferas de res-