

## Sumário

Sumário

- [Apresentação](#)
- [Notícias](#)
- [Jurisprudência](#)

## • NOTÍCIAS

- 1) [Viação aprova despacho gratuito de carrinho de bebê em aeronaves \(Agência Câmara\)](#)
- 2) [ANS faz inclusão extraordinária de exames para detecção do vírus zika \(ANS\)](#)
- 3) [É prática abusiva impor ao consumidor a exclusiva aquisição de alimentos vendidos em cinemas \(STJ\)](#)
- 4) [Portal do Consumidor recebe denúncias de acidentes de consumo \(EBC\)](#)
- 5) [Relação com o consumidor: impactos das redes sociais no comportamento de consumo \(Canaltech\)](#)

## • JURISPRUDÊNCIA

## Superior Tribunal de Justiça

- 1) [Recurso especial. Processual Civil. Ação Civil Pública – Agravo de Instrumento – Legitimidade do Ministério Público para a defesa de interesses individuais homogêneos de consumidores, ainda que disponíveis. Litisconsórcio facultativo entre Ministério Público Estadual e Federal.](#)
- 2) [Agravo interno no agravo em recurso especial. Direito do consumidor. Responsabilidade civil. Aquisição de veículo. Vício oculto. 1. Falta de prequestionamento. Ausência de indicação de ofensa ao art. 535 do cpc/1973. Súmulas 282/stf e 211/stj. 2. Rever o quadro fático traçado. Reexame de provas. Impossibilidade. Súmula n. 7 do stj. 3. Dano moral. Aquisição de veículo zero quilômetro que retorna diversas vezes para conserto. Súmula n. 7 do stj. 4. Agravo improvido.](#)
- 3) [Agravo regimental nos embargos de declaração nos embargos de divergência em recurso especial. Anotação irregular em cadastro de proteção ao crédito. Preexistência de legítima inscrição. Dano moral. Não cabimento. Súmula 385/stj. Aplicação do referido verbete sumular também ao credor responsável pela inscrição, e não somente em relação ao órgão mantenedor do cadastro, quando ausente notificação prévia. Mesmo fundamento. Ausência de divergência entre as turmas que compõem a segunda seção desta corte superior.](#)

- 4) Recursos especiais. Ação de reparação de danos. Veículos de luxo. Zero KM. Vício de qualidade. Pintura. Variação indevida de cores. Reparo. Prazo do art. 18, § 1º, do CDC. Não atendimento. Inversão do julgado. Reexame de fatos. Vedação. Restituição do valor pago. Possibilidade.
- 5) Recurso especial. Civil. Plano de saúde coletivo empresarial. Empregado demitido sem justa causa. Prorrogação temporária do benefício. Requisitos preenchidos. Exaurimento do direito. Desligamento do usuário. Legalidade. Plano individual. Migração. Inadmissibilidade. Operadora. Exploração exclusiva de planos coletivos.

### **Tribunais Estaduais**

- 1) Rescisão de contrato – aquisição de veículo financiado – impossibilidade de transmissão da propriedade – negativação do nome do consumidor – dano moral. TJ-SP.
- 2) Inexigibilidade de débito – fornecimento de energia elétrica – cobrança a maior – dano moral – devolução em dobro dos valores pagos indevidamente – fixação da verba de honorária. TJ-SP.
- 3) Apelação Cível. Alienação fiduciária. Ação revisional de contrato. TJ-RS.
- 4) Apelação cível. Direito privado não especificado. Consumidor. Telefonia. Ação ordinária. Indenização por danos morais. TJ-RS.
- 5) Apelação cível. Direito do consumidor. Direito civil. Direito processual civil. Ação cominatória. Plano de saúde. Ilegitimidade. Teoria asserção. Afastada. Descredenciamento. Dever de informação. Falha na prestação de serviço. Custos do tratamento. Dano moral. Configurado. Recurso da ré conhecido e não provido. Recurso do autor conhecido e parcialmente provido. TJ-DF.
- 6) Processo civil. Ação de obrigação de fazer. Direito do consumidor. Contrato de assistência à saúde. Internação hospitalar psiquiátrica. Limitação temporal do tratamento. Coparticipação nos custos do tratamento. Ilegalidade. Cláusula abusiva. Nulidade. Súmula 302 do STJ. Cobertura integral. Recurso conhecido e não provido. TJ-DF.
- 7) Direito do consumidor. Ação declaratória de inexigibilidade e indenizatória. Apelação cível. Telefonia. Contratação não realizada pelo consumidor. Suposta fraude cometida por terceiro. Débito inexigível. Culpa exclusiva de terceiro. Inexistência. Risco inerente à atividade empresarial. Dever de fiscalização. Negativação indevida de nome, danos morais, quantum proporcional à extensão do dano. Apelação conhecida e desprovida. TJ-AM.
- 8) Civil e processo civil. Apelação cível. Ação de reparação por danos morais. Plano de saúde. Negativa de autorização para cobertura de cirurgia de caráter emergencial. Má prestação dos serviços. Danos morais. Dever de indenizar. Honorários arbitrados em 15% sobre o valor da condenação. Sentença mantida. Apelo improvido. TJMA.

## Apresentação

Caros Defensores (as) Públicos (as) e Servidores (as):

Apresentamos a quadragésima edição do Informativo do Núcleo Especializado de Defesa do Consumidor, que vem sendo editado com periodicidade mensal. Sugestões para a elaboração e aprimoramento desse Informativo podem ser encaminhadas para o endereço eletrônico [nudecon@defensoria.sp.def.br](mailto:nudecon@defensoria.sp.def.br).

**Boa leitura!**

### ▪ Notícias

#### **1) Viação aprova despacho gratuito de carrinho de bebê em aeronaves**

*Veículo: Agência Câmara*

*Data: 06/06/2016*

*Estado: DF*

A Comissão de Viação e Transportes da Câmara dos Deputados aprovou proposta que garante aos passageiros do transporte aéreo o direito de despachar gratuitamente um carrinho de bebê ou um bebê conforto sem que esses itens sejam incluídos em sua franquia de bagagem (PL 7558/14).

O texto aprovado, de autoria da deputada Flávia Moraes (PDT-GO), garante esse direito ao passageiro que esteja acompanhado de criança com idade inferior a dois anos que não esteja ocupando assento. A proposta acrescenta a medida ao Código Brasileiro de Aeronáutica (Lei 7.565/86).

Relatora na comissão, a deputada Christiane de Souza Yared (PR-PR) lembrou que, na área da aviação, a maioria das matérias de cunho técnico deve ser objeto de atos administrativos do Poder Executivo, a fim de permitir alterações e adaptações rápidas conforme as necessidades.

“Não é o caso em questão. O fato de a matéria ser objeto de minuta de resolução que versa sobre condições gerais de transporte da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) não impede que esta Casa legisle sobre o tema”, disse a relatora, lembrando que as principais empresas aéreas nacionais já permitem o transporte gratuito de carrinho de bebê.

A Anac se propôs a revisar as normas de bagagens vigentes e, para tanto, organizou audiência pública em 2013, aberta às contribuições de qualquer interessado, a qual resultou em um projeto de Resolução o qual prevê: “É assegurado o transporte de um carrinho de bebê ao acompanhante de criança de até dois anos incompletos que não ocupe assento, sem custo adicional”.

### **Tramitação**

O projeto, que tramita em caráter conclusivo, já foi aprovado pela Comissão de Defesa do Consumidor e será analisado ainda pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

[▲ Voltar ao menu](#)

## **2) ANS faz inclusão extraordinária de exames para detecção do vírus zika**

*Veículo: ANS*

*Data: 06/06/2016*

*Estado: RJ*

A Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) definiu a incorporação extraordinária de exames para detecção de vírus zika ao Rol de Procedimentos e Eventos em Saúde, lista que estabelece a cobertura obrigatória que os planos de saúde devem oferecer aos seus beneficiários. Os exames previstos são o PCR (Polymerase Chain Reaction) para detecção do vírus nos primeiros dias da doença; o teste sorológico IgM, que identifica anticorpos na corrente sanguínea; e o IgG para verificar se a pessoa já teve contato com zika em algum momento da vida. Os exames deverão ser assegurados para gestantes, bebês filhos de mães com diagnóstico de infecção pelo vírus, bem como aos recém-nascidos com malformação congênita sugestivas de infecção pelo zika. Esses são os grupos considerados prioritários para detecção de zika devido à sua associação com o risco de microcefalia nas crianças, quando o cérebro delas não se desenvolve de maneira adequada. Com a incorporação desses exames ao rol, a ANS estabeleceu prazo de 30 dias para que operadoras de planos de saúde organizar a rede de atendimento e de laboratórios para oferecer o procedimento. O prazo vale a partir da publicação da norma no Diário Oficial da União (D.O.U), realizada nesta segunda (6). “É importante destacar que a ANS realizou de forma extraordinária a revisão do Rol de Procedimentos e Eventos em Saúde para incorporação de testes laboratoriais para o diagnóstico da Zika por se tratar de uma emergência em saúde pública decretada pela Organização Mundial da Saúde (OMS)”, informou a diretora de Normas e Habilitação dos Produtos da ANS, Karla Coelho. Portanto, essa é mais uma das ações da Agência no enfrentamento da atual situação, além do acompanhando atento das diretrizes

do Ministério da Saúde para prevenção e o combate ao vírus zika e as demais doenças transmitidas pelo mosquito *Aedes aegypti*.

[▲ Voltar ao menu](#)

### **3) É prática abusiva impor ao consumidor a exclusiva aquisição de alimentos vendidos em cinemas**

Veículo: STJ

Data: 16/06/2016

Estado: DF

Decisão da Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ) garantiu o ingresso de consumidores em cinemas com produtos iguais ou similares aos vendidos nas dependências do estabelecimento.

Por maioria, os ministros mantiveram decisão do Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP) que proibia a rede de restringir a liberdade dos clientes, além de aplicar multa de R\$ 30 mil em cada caso de descumprimento da ordem.

O pedido inicial foi formulado pelo Ministério Público estadual, que considerou abusiva a prática da rede de cinema de limitar a aquisição, a preços superiores à média de mercado, de alimentos e bebidas em seu interior.

A sentença ainda proibiu a fixação de cartazes alertando os consumidores a não entrar nas salas cinematográficas com bebidas ou alimentos adquiridos em outros estabelecimentos.

#### **Venda casada**

O ministro relator do recurso no STJ, Villas Bôas Cueva, destacou em seu voto que a rede de cinema dissimula uma venda casada, lesando direitos do consumidor.

“Ao compelir o consumidor a comprar dentro do próprio cinema todo e qualquer produto alimentício, a administradora dissimula uma venda casada e, sem dúvida alguma, limita a liberdade de escolha do consumidor (art. 6º, II, do CDC), o que revela prática abusiva: não obriga o consumidor a adquirir o produto, porém impede que o faça em outro estabelecimento”, argumentou o magistrado.

Segundo o relator, “a venda casada ocorre, na presente hipótese, em virtude do condicionamento a uma única escolha, a apenas uma alternativa, já que não é conferido ao consumidor usufruir de outro produto senão aquele alienado pela empresa recorrente”.

A Turma, por maioria, manteve a decisão do tribunal paulista.

### **Do alcance da decisão**

O recurso da rede de cinema foi parcialmente provido no que tange aos limites da jurisdição. A decisão do tribunal estadual havia estendido os efeitos da sentença para todo o território nacional (eficácia erga omnes da decisão).

Villas Bôas Cueva citou precedentes do STJ para limitar os efeitos do julgado de acordo com os limites da competência territorial do órgão prolator da decisão; no caso, a Comarca de Mogi das Cruzes, no interior de São Paulo.

[▲ Voltar ao menu](#)

### **4) Portal do Consumidor recebe denúncias de acidentes de consumo**

*Veículo: Rádio EBC*

*Data: 15 /06/2016*

*Estado: DF*

Já utilizou o Portal do Consumidor para denunciar acidentes de consumo? Em entrevista ao Revista Brasil, o diretor substituto de Avaliação da Conformidade do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), Paulo Coscarelli explica como o instituto monitora os casos de acidentes de consumo e as medidas possíveis de ser adotadas para melhorar a segurança do consumidor.

“O Inmetro desde 2006 mantém um banco de dados de acidente de consumo, que são produtos que o consumidor tem acesso, que nós temos dentro das nossas casas, que por algum motivo, por falha ou defeito, provoca um acidente. E o Inmetro precisa ter essas informações a sua disposição, para que possa aperfeiçoar esses produtos”, esclarece.

O Revista Brasil é uma produção das Rádios EBC e vai ao ar, de segunda a sábado, às 8h, na Rádio Nacional AM Brasília. A apresentação é de Valter Lima.

[▲ Voltar ao menu](#)

### **5) Relação com o consumidor: impactos das redes sociais no comportamento de consumo**

*Veículo: Canaltech*

*Data: 20/06/2016*

*Estado: SP*

Com a crescente popularização das redes sociais, diversos estudos sobre o impacto da conectividade no comportamento de indivíduos e de grupos têm surgido. Novos hábitos, preferências e formas de relacionamento surgem a cada dia, principalmente a partir do boom no uso dos smartphones.

Como não poderia ser diferente, as empresas têm enfrentado o desafio de se adequar às novas formas de se relacionar com os clientes, e para isso muitos pesquisadores estão investindo na compreensão sobre as formas de lidar com a inovação dos meios de comunicação.

Para entender a influência no comportamento de compra e consumo diante das mudanças proporcionadas pelo uso das redes sociais, conversamos com a Professora Sandra Salgado\*, que atualmente cursa seu Doutorado em Gestão de Informação no IMS – Information Management School, na Universidade Nova de Lisboa em Co-Participação da ECA/USP.

### **Os consumidores na Era da Informação**

De acordo com a especialista, a emergência das redes sociais tem transformado o modo como as pessoas lidam com a sociedade, baseando-se em um modelo de interligação e comunicação de todos para todos. Para se ter dimensão da força das redes, de acordo com uma pesquisa divulgada pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), em 2014 mais de um bilhão de pessoas já estava ativo nesse tipo de meio de comunicação. Assim, as empresas têm percebido cada vez mais a importância de utilizar as redes sociais como forma de se aproximar de seu público-alvo.

"Os novos consumidores surfaram a onda da inovação digital, adotaram a conectividade, mergulharam na mobilidade, ganharam vozes diversas nas redes sociais e pediram uma nova forma de se relacionar com marcas, empresas, instituições", explica Sandra Salgado. Com o brasileiro se mostrando cada vez mais participativo e conectado, esses novos hábitos acabaram afetando diretamente a forma com que as empresas têm se relacionado com os clientes e consumidores em potencial. Um ponto de grande destaque sobre o assunto é que a hiperconectividade e toda a facilidade com a qual as pessoas trocam informações atualmente tem feito com que as tradicionais burocracias e demoras se tornem cada vez menos toleradas.

De acordo com Salgado, "nesse contexto, as interações e soluções em 'real time' são cada vez mais exigidas das empresas, assim estas têm a chance, como nunca antes tiveram, de ouvir e participar das conversações com este novo consumidor. Há uma profusão de possibilidades e de informações que nunca foram tão acessíveis aos usuários e uma multiplicidade de canais de interação com os clientes tão numerosos quanto baratos. Essa é uma vantagem que precisa ser aproveitada para a construção

de algo que faça sentido para a vida das pessoas e que mantenha, portanto, a solidez e a sustentação dos negócios ao longo do tempo".

### **A força da interação**

Com toda a facilidade proporcionada pelas plataformas digitais, as redes sociais contribuem de forma bastante significativa na exposição das marcas, oferecendo, inclusive, uma oportunidade interessante para as empresas interessadas na pesquisa com os consumidores e usuários, uma importante forma de conhecer o seu público.

"Segundo a pesquisa 'Hábitos e comportamento dos usuários de redes sociais no Brasil', da empresa de análise e interação da mídia gerada pelo consumidor E.life, as redes sociais foram o quarto canal mais utilizado pelos usuários para se comunicarem com as empresas: deles, 66,9% acompanham as páginas e perfis de empresas, produtos e serviços em redes sociais para terem atendimento on-line em caso de necessidade; 93,3% curtem páginas de empresas, produtos ou serviços no Facebook; 48,5% passaram a admirar mais as marcas depois de curtir-las no Facebook", revela a entrevistada.

É fácil perceber como as redes sociais dão voz aos usuários. Já imaginou quantas informações são compartilhadas diariamente? E isso inclui a divulgação da experiência do público com produtos e serviços. Ora, com toda a atividade dos usuários nas redes sociais, não é de se surpreender o enorme impacto que as postagens têm para melhorar ou prejudicar a imagem de uma companhia, não é mesmo?

Sandra Salgado afirma que os "consumidores engajados em comunidades virtuais geralmente têm amplo conhecimento do produto e envolvem-se em discussões relacionadas a ele, além de apoiarem-se mutuamente na resolução de problemas e geração de ideias. Portanto, essas interações representam uma valiosa fonte de inovação para as empresas que buscam ampliar seu grau de competitividade inserindo as plataformas digitais como forma de obter um conjunto maior de informações sobre seus clientes/ usuários".

### **Quem são os "prosumers"?**

Algumas pesquisas internacionais têm falado sobre uma nova classe de consumidores que está emergindo: os chamados "prosumers". No processo convencional de criação de valor para uma marca, a empresa e o consumidor tinham, anteriormente, claramente papéis distintos, de produção e consumo. Porém, o que se observa hoje, é que cada vez mais os consumidores estão se engajando na dupla tarefa de definir e criar valor. Ou seja, a experiência de co-criação do consumo tem se tornado a base do valor.

"A opinião do público é difundida cada vez mais facilmente por meio de blogs, websites de relacionamento e outras formas de conectividade, aumentando a complexidade do contexto e dos fatores externos que influenciam os hábitos dos consumidores. Nessa direção, nota-se que consumidores estão agregando aprendizados e informações e cooperando para que as mudanças no mercado e no ambiente ocorram de forma mais eficiente."

A pesquisadora explica ainda que, durante anos, as empresas mantiveram uma relação unilateral com seu público, oferecendo produtos e serviços sem a preocupação de manter um diálogo aberto, postura essa que está sendo reavaliada diante de consumidores cada vez mais "ativos", "barulhentos" e "conectados socialmente".

### **Como as organizações estão utilizando as redes sociais?**

Muitos empresários ainda pensam que as mídias digitais servem apenas para a comunicação, mas alguns estudos têm ido mais longe. O Grupo de Redes Sociais da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (EAESP – FGV, por exemplo, investigou o uso das redes sociais no meio organizacional a partir do mapeamento de diversas instituições. Durante a pesquisa, foram destacadas cinco áreas das organizações em que o uso das mídias sociais podem ser aplicadas: (1) gerenciamento de reputação; (2) comunicação; (3) operações; (4) análise de tendências e (5) obtenção de receitas.

Sobre o assunto, Sandra Salgado explica que as organizações podem utilizar a comunicação nas plataformas sociais como forma "de transmitir e divulgar suas mensagens, estimulando o surgimento de comunidades de marca. Nessas comunidades, os consumidores interagem com outras pessoas que adquiriram o mesmo produto ou serviço em que estão interessados, obtendo, assim, benefícios de caráter emocional, cognitivo ou financeiro". Outra possibilidade é com relação às operações, "onde as empresas podem utilizar as redes nos processos operacionais, que envolvem, por exemplo, recursos humanos, Customer Relationship Management (CRM) e inovação".

Há ainda uma outra área de importante investimento. Salgado diz que ao voltar as ações para o monitoramento das redes sociais, as organizações conseguem localizar indivíduos formadores de opinião e disseminadores de ideias. Assim, por meio da análise de tendências nas redes sociais é possível realizar a identificação, a coleta e o armazenamento de dados dos usuários, os quais são transformados em informações por meio de medidas e relações matemáticas.

"A utilização das redes sociais para a obtenção de receitas ainda é uma novidade, porém algumas organizações já vendem os seus produtos nesse meio e remuneram, mediante comissões, pessoas cujos amigos por elas indicados efetuam compras. O gerenciamento de reputação é uma ação

comumente usada por diversas empresas presentes nas redes sociais, pois possibilita identificar a percepção dos consumidores em relação aos seus produtos, aos seus serviços e às suas marcas."

Diante da ampla gama de possibilidades, os analistas apontam que atualmente cabe às organizações realizar a melhor combinação de seus processos organizacionais com as redes sociais. Dessa forma, será possível alcançar vantagens competitivas no mercado, "abordando as redes sociais de maneira estratégica e focando no desenvolvimento de todos os processos inerentes às organizações como uma fonte de inovação", confirma a pesquisadora.

### **O envolvimento do consumidor com a empresa**

Como cada vez mais os consumidores têm voz ativa e pensamento crítico, é necessário estabelecer um relacionamento de confiança e honestidade. Assim, os especialistas têm afirmado que o engajamento é o principal meio de colaboração: "o foco do engajamento é a relação entre a empresa e o consumidor, não no sentido de troca de bens ou serviços, mas no da experiência do cliente."

Alguns estudos têm apostado na compreensão dos antecedentes do engajamento, percebendo que um programa efetivo de engajamento tem como objetivo a geração de diálogo, enfatizando a flexibilidade, a interatividade e a complacência, na tentativa de estabelecer uma parceria igualitária.

A entrevistada afirma que ao levar em conta as motivações pessoais dos consumidores, é possível observar que alguns "esperam se divertir com sua experiência; outros esperam ganhar conhecimento, resolver seus problemas ou desenvolver suas habilidades. Por outro lado, há consumidores que desejam fazer parte de um grupo ou comunidade, colocando suas experiências à disposição, motivados por interesses sociais".

Pensando nisso, torna-se primordial conhecer e compreender o que o público-alvo busca, deseja e espera. A partir disso, podem ser estabelecidas algumas estratégias que venham a auxiliar no engajamento dos clientes nas plataformas sociais de mídia digital, como a gestão de relacionamento, notícias, criatividade e entretenimento.

Segundo o estudo de alguns autores de destaque, os gestores das redes precisam seguir quatro princípios que devem orientar a comunicação com o seu consumidor: "coerência, compromisso, personalização e cautela. A Gestão de relacionamento é considerada uma ferramenta única para a construção e manutenção de relacionamentos."

A partir disso, exatamente por conta dos elementos estruturais e facilitadores, nas redes sociais há uma vasta possibilidade na proposição de estratégias para o engajamento na participação de atividades voltadas para a co-criação. Finalizando o assunto, Sandra Salgado considera que, diante das possibilidades, "pode-se explorar a colaboração, interação entre os usuários das redes e através do

gerenciamento do relacionamento, orientar a comunicação com este consumidor de forma ágil, única e criativa".

*\* Além de doutoranda pela Universidade Nova de Lisboa, Sandra Salgado é Mestre em Comunicação Mercadológica, Coordenadora dos cursos de pós-graduação em criação publicitária e comunicação corporativa e professora da Universidade Anhembi Morumbi.*

[▲ Voltar ao menu](#)

## ▪ Jurisprudência

### ▪ Superior Tribunal de Justiça

**1) Ementa:** RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. AGRAVO DE INSTRUMENTO. LEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO PARA A DEFESA DE INTERESSES INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS DE CONSUMIDORES, AINDA QUE DISPONÍVEIS. LITISCONSÓRCIO FACULTATIVO ENTRE MINISTÉRIO PÚBLICO ESTADUAL E FEDERAL. AMPARO LEGAL: § 5º DO ART. 5º DA LEI N. 7.347/1985, EM VIGOR. IMPOSSIBILIDADE DO LITISCONSÓRCIO NO CASO. 1. O Ministério Público tem legitimidade ativa para a propositura de ação civil pública destinada à defesa de direitos individuais homogêneos de consumidores, ainda que disponíveis, pois se está diante de legitimação voltada à promoção de valores e objetivos definidos pelo próprio Estado. 2. A tutela efetiva de consumidores possui relevância social que emana da própria Constituição Federal (arts. 5º, XXXII, e 170, V). 3. O veto presidencial ao parágrafo único do art. 92 do Código de Defesa do Consumidor não atingiu o § 5º do art. 5º da Lei da Ação Civil Pública, inserido por força do art. 113 do CDC, que não foi vetado. 4. A possibilidade, em tese, de atuação do Ministério Público Estadual e do Federal em litisconsórcio facultativo não dispensa a conjugação de interesses afetos a cada um, a serem tutelados por meio da ação civil pública. A defesa dos interesses dos consumidores é atribuição comum a ambos os órgãos ministeriais, o que torna injustificável o litisconsórcio ante a unicidade do Ministério Público, cuja atuação deve pautar-se pela racionalização dos serviços prestados à comunidade. 5. Recurso especial conhecido e parcialmente provido.

**(REsp 1254428/MG, Rel. Ministro JOÃO OTÁVIO DE NORONHA, TERCEIRA TURMA, julgado em 02/06/2016, DJe 10/06/2016)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**2) Ementa:** AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. RESPONSABILIDADE CIVIL. AQUISIÇÃO DE VEÍCULO. VÍCIO OCULTO. 1. FALTA DE PREQUESTIONAMENTO. AUSÊNCIA DE INDICAÇÃO DE OFENSA AO ART. 535 DO CPC/1973. SÚMULAS 282/STF E 211/STJ. 2. REVER O QUADRO FÁTICO TRAÇADO. REEXAME DE PROVAS. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA N. 7 DO STJ. 3. DANO MORAL. AQUISIÇÃO DE VEÍCULO ZERO QUILOMETRO QUE RETORNA DIVERSAS VEZES PARA CONsertO. SÚMULA N. 7 DO STJ. 4. AGRAVO IMPROVIDO. 1. Não tendo sido a matéria decidida na instância ordinária à luz do preceito legal indicado pela parte (arts. 70 do CPC/1973 e 88 do CDC e no que se refere ao valor da indenização - apontando ofensa aos arts. 186, 927 e 944, caput, e parágrafo único, do CC e 5º da LICC), mesmo tendo sido opostos embargos de declaração, a fim de ver suprida eventual omissão, incide, por analogia, os enunciados 282 da Súmula do Supremo Tribunal Federal e 211 da Súmula do STJ. Ademais, a recorrente não interpôs seu recurso especial alegando a ofensa ao art. 535 do CPC/1973. 2. Não é possível alterar a conclusão assentada pelo Tribunal local com base na análise das provas nos autos, ante o óbice do enunciado n. 7 da Súmula do STJ. 3. Na hipótese, o Tribunal de origem, soberano no exame do acervo fático-probatório dos autos, afirmou de forma categórica a existência de vício no produto, tendo sido o veículo encaminhado diversas vezes para conserto e não sanado o defeito no prazo de 30 (trinta) dias. Rever essa conclusão, neste caso, é impossível ante o óbice do enunciado de súmula supramencionado. 4. Configura dano moral, suscetível de indenização, quando o consumidor de veículo zero quilômetro necessita retornar à concessionária por diversas vezes para reparo de defeitos apresentados no veículo adquirido. 5. Agravo interno improvido.

**(AgInt no AREsp 821.945/PI, Rel. Ministro MARCO AURÉLIO BELLIZZE, TERCEIRA TURMA, julgado em 23/06/2016, DJe 01/07/2016)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**3) Ementa:** AGRAVO REGIMENTAL NOS EMBARGOS DE DECLARAÇÃO NOS EMBARGOS DE DIVERGÊNCIA EM RECURSO ESPECIAL. ANOTAÇÃO IRREGULAR EM CADASTRO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. PREEXISTÊNCIA DE LEGÍTIMA INSCRIÇÃO. DANO MORAL. NÃO CABIMENTO. SÚMULA 385/STJ. APLICAÇÃO DO REFERIDO VERBETE SUMULAR TAMBÉM AO CREDOR RESPONSÁVEL PELA INSCRIÇÃO, E NÃO SOMENTE EM RELAÇÃO AO ÓRGÃO MANTENEDOR DO CADASTRO, QUANDO AUSENTE NOTIFICAÇÃO PRÉVIA. MESMO FUNDAMENTO. AUSÊNCIA DE DIVERGÊNCIA ENTRE AS TURMAS QUE COMPÕEM A SEGUNDA SEÇÃO DESTA CORTE SUPERIOR. INVIABILIDADE DOS EMBARGOS DIVERGENTES. SÚMULA 168/STJ. DECISÃO AGRAVADA MANTIDA POR SEUS PRÓPRIOS FUNDAMENTOS. AGRAVO DESPROVIDO. 1. "Da anotação irregular em cadastro de proteção ao crédito, não cabe indenização por dano moral, quando preexistente legítima inscrição, ressalvado o direito ao

cancelamento" (Súmula 385/STJ). 2. Conquanto os precedentes que deram embasamento ao referido verbete sumular tenham sido provenientes de hipóteses de pedido de indenização por danos morais em virtude de inscrição indevida, por falta de comunicação prévia ao consumidor pelo órgão de proteção ao crédito, o entendimento nele firmado também se aplica em relação ao credor responsável pela inscrição, por se tratar do mesmo fundamento. 3. Esse é o entendimento atual de ambas as Turmas que compõem a Segunda Seção desta Corte Superior, o qual foi ratificado por ocasião do julgamento do Recurso Especial Repetitivo n. 1.386.424/MG, razão pela qual aplica-se o óbice da Súmula 168/STJ. 4. Agravo regimental desprovido.

**(AgRg nos EDcl nos EREsp 1429279/MG, Rel. Ministro MARCO AURÉLIO BELLIZZE, SEGUNDA SEÇÃO, julgado em 22/06/2016, DJe 28/06/2016)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**4) Ementa:** RECURSOS ESPECIAIS. AÇÃO DE REPARAÇÃO DE DANOS. VEÍCULO DE LUXO.

ZERO KM. VÍCIO DE QUALIDADE. PINTURA. VARIAÇÃO INDEVIDA DE CORES. REPARO. PRAZO DO ART. 18, § 1º, DO CDC. NÃO ATENDIMENTO. INVERSÃO DO JULGADO. REEXAME DE FATOS. VEDAÇÃO. RESTITUIÇÃO DO VALOR PAGO. POSSIBILIDADE. PRECEDENTES DESTA CORTE. DANO MORAL. RECONHECIMENTO. INSTÂNCIA ORDINÁRIA. TESE DEFENSIVA DE MERO ABORRECIMENTO. PLEITO SUBSIDIÁRIO DE EXORBITÂNCIA DA CONDENAÇÃO. INVIABILIDADE DOS PEDIDOS. SÚMULA Nº 7/STJ. DISSÍDIO JURISPRUDENCIAL. NÃO COMPROVAÇÃO. AUSÊNCIA DE COTEJO ANALÍTICO. DISPOSITIVO OBJETO DE INTERPRETAÇÃO DIVERGENTE. NÃO INDICAÇÃO. SÚMULA Nº 284/STF. HONORÁRIOS DE SUCUMBÊNCIA. ARBITRAMENTO NO ACÓRDÃO. CLASSIFICAÇÃO DO PROVIMENTO JURISDICIONAL. NATUREZA PREDOMINANTEMENTE CONDENATÓRIA. PARÂMETROS DE FIXAÇÃO. ART. 20, § 3º, DO CPC/1973. 1. O acórdão recorrido está em perfeita consonância com o entendimento desta Corte Superior, firmado no sentido de que, caso o vício de qualidade do produto não seja sanado no prazo de 30 (trinta) dias, previsto no § 1º do art. 18 do CDC, o consumidor poderá, independentemente de justificativa, optar entre as alternativas indicadas nos incisos do mesmo dispositivo legal, quais sejam: (I) a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; (II) a restituição imediata da quantia paga; ou (III) o abatimento proporcional do preço. 2. O acolhimento da tese recursal da concessionária e do fabricante de que promoveram a reparação efetiva da pintura do veículo no prazo legal exigiria o reexame das circunstâncias fáticas, procedimento vedado pelo óbice da Súmula nº 7/STJ. 3. O tribunal de origem reconheceu que as peculiaridades do caso concreto transbordam o limite do mero aborrecimento, esbarrando a

pretensão de inversão do julgado na impossibilidade do reexame probatório. 4. O Superior Tribunal de Justiça, afastando a incidência da Súmula nº 7/STJ, tem reexaminado o montante fixado pelas instâncias ordinárias a título de danos morais apenas quando irrisório ou abusivo, circunstâncias inexistentes no presente caso, em que arbitrada indenização em quinze salários mínimos para consumidor que adquiriu veículo importado, de luxo, zero quilômetro, já submetido a serviços de funilaria e pintura, maliciosamente omitidos no momento da compra. 5. O provimento jurisdicional que determina a restituição integral do preço pago e arbitra indenização por danos morais, tem natureza predominantemente condenatória, devendo o valor da condenação ser o parâmetro para fixação dos honorários de sucumbência, conforme preceitua o art. 20, § 3º, do CPC/1973. 6. Recurso especial de BMW DO BRASIL LTDA. não provido. Recurso especial de PLATINUM AUTOMÓVEIS IMPORTADOS LTDA. não provido. Recurso especial de FERNANDO CROCE - ESPÓLIO provido para fixar os honorários de sucumbência em 10% (dez por cento) do valor da condenação.

**(REsp 1591217/SP, Rel. Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA, TERCEIRA TURMA, julgado em 14/06/2016, DJe 20/06/2016)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**5) Ementa:** RECURSO ESPECIAL. CIVIL. PLANO DE SAÚDE COLETIVO EMPRESARIAL. EMPREGADO DEMITIDO SEM JUSTA CAUSA. PRORROGAÇÃO TEMPORÁRIA DO BENEFÍCIO. REQUISITOS PREENCHIDOS. EXAURIMENTO DO DIREITO. DESLIGAMENTO DO USUÁRIO. LEGALIDADE. PLANO INDIVIDUAL. MIGRAÇÃO. INADMISSIBILIDADE. OPERADORA. EXPLORAÇÃO EXCLUSIVA DE PLANOS COLETIVOS. 1. Cinge-se a controvérsia a saber se a operadora de plano de saúde está obrigada a fornecer, após o término do direito de prorrogação do plano coletivo empresarial conferido pelo art. 30 da Lei nº 9.656/1998, plano individual substituto ao trabalhador demitido sem justa causa, nas mesmas condições de cobertura e de valor. 2. Quando há a demissão imotivada do trabalhador, a operadora de plano de saúde deve lhe facultar a prorrogação temporária do plano coletivo empresarial ao qual havia aderido, contanto que arque integralmente com os custos das mensalidades, não podendo superar o prazo estabelecido em lei: período mínimo de 6 (seis) meses e máximo de 24 (vinte e quatro) meses. Incidência do art. 30, caput e § 1º, da Lei nº 9.656/1998. Precedentes. 3. A operadora de plano de saúde pode encerrar o contrato de assistência à saúde do trabalhador demitido sem justa causa após o exaurimento do prazo legal de permanência temporária no plano coletivo, não havendo nenhuma abusividade em tal ato ou ataque aos direitos do consumidor, sobretudo em razão da extinção do próprio direito assegurado pelo art. 30 da Lei nº 9.656/1998. Aplicação do art. 26, I, da RN nº 279/2011

da ANS. 4. A operadora de plano de saúde não pode ser obrigada a oferecer plano individual a ex-empregado demitido ou exonerado sem justa causa após o direito de permanência temporária no plano coletivo esgotar-se (art. 30 da Lei nº 9.656/1998), sobretudo se ela não disponibilizar no mercado esse tipo de plano. Além disso, tal hipótese não pode ser equiparada ao cancelamento do plano privado de assistência à saúde feito pelo próprio empregador, ocasião em que pode incidir os institutos da migração ou da portabilidade de carências.

5. Não é ilegal a recusa de operadoras de planos de saúde de comercializarem planos individuais por atuarem apenas no segmento de planos coletivos. Não há norma legal alguma obrigando-as a atuar em determinado ramo de plano de saúde. O que é vedada é a discriminação de consumidores em relação a produtos e serviços que já são oferecidos no mercado de consumo por determinado fornecedor, como costuma ocorrer em recusas arbitrárias na contratação de planos individuais quando tal tipo estiver previsto na carteira da empresa.

6. A portabilidade especial de carências do art. 7º-C da RN nº 186/2009 da ANS pode se dar quando o ex-empregado demitido ou exonerado sem justa causa ou aposentado solicitar a transferência para outra operadora durante o período de manutenção da condição de beneficiário garantida pelos arts. 30 e 31 da Lei nº 9.656/1998. Logo, tal instituto não incide na hipótese em que o interessado pretende a migração de plano após exaurido o prazo de permanência temporária no plano coletivo e, sobretudo, para a mesma operadora.

7. Recurso especial não provido.

**(REsp 1592278/DF, Rel. Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA, TERCEIRA TURMA, julgado em 07/06/2016, DJe 20/06/2016)**

[▲ Voltar ao menu](#)

## ▪ Tribunais Estaduais

**1) Ementa:** RESCISÃO DE CONTRATO – AQUISIÇÃO DE VEÍCULO FINANCIADO – IMPOSSIBILIDADE DE TRANSMISSÃO DA PROPRIEDADE – NEGATIVAÇÃO DO NOME DO CONSUMIDOR – DANO MORAL. 1- É legítima a instituição financeira para figurar no polo passivo da demanda e responder pela condenação em ação por meio da qual a compradora pretende rescindir o contrato firmado para aquisição de veículo, tratando-se de contratos coligados ou conexos, de modo que o financiamento não pode persistir se o contrato de compra e venda foi desfeito, com a determinação de restituição de valores e do bem adquirido; 2- Autores que adquiriram da revendedora um automóvel usado, cujo valor foi financiado. Contudo, ao tentar realizar a transferência da propriedade esta foi negada, em razão da irregularidade do veículo, que sequer estava em nome da empresa revendedora, sendo que o antigo proprietário afirmou jamais ter recebido qualquer quantia pela compra do bem. Descabida a exigência, pela

financeira, das parcelas do contrato, muito menos a negativação do nome do consumidor, que regularmente deixou de efetuar o pagamento das parcelas respectivas; 3 - Indenização por danos morais que deve ser fixada em quantia equivalente a R\$ 12.000,00, suficiente para reparar os danos causados e impingir o fornecedor o dever de aprimorar a prestação de seus serviços. RECURSO PROVIDO.

**(Relator(a): Maria Lúcia Pizzotti; Comarca: Santo André; Órgão julgador: 30ª Câmara de Direito Privado; Data do julgamento: 29/06/2016; Data de registro: 07/07/2016)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**2) Ementa:** INEXIGIBILIDADE DE DÉBITO – FORNECIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA – COBRANÇA A MAIOR – DANO MORAL – DEVOLUÇÃO EM DOBRO DOS VALORES PAGOS INDEVIDAMENTE – FIXAÇÃO DA VERBA DE HONORÁRIA. 1- Discrepância entre o valor costumeiramente cobrado na fatura mensal e aqueles impugnados que é considerável e merece prova robusta e não simples alegação. Faturas que devem ser declaradas inexigíveis, calculando-se o débito pelo valor da média de consumo; 2- Interrupção no fornecimento do serviço. – Fato que torna exigível o reconhecimento do dano moral alegado. Indenização fixada em R\$ 8.000,00. Não houve pedido de majoração. 3- Para aplicação do art. 42, parágrafo único do Código de Defesa do Consumidor é necessário que o consumidor tenha efetivado o pagamento do débito indevido. Fato que não ocorreu. 4- Verba honorária - Para a fixação dos honorários advocatícios deve ser observada a regra contida no art. 85 e parágrafos do Diploma Processual Civil em vigor. Dentre os aspectos a serem observados estão o grau de zelo profissional, o trabalho realizado e o tempo exigido para seu serviço. RECURSO DA RÉ IMPROVIDO. RECURSO DO AUTOR PROVIDO EM PARTE.

**(Relator(a): Maria Lúcia Pizzotti; Comarca: Cândido Mota; Órgão julgador: 30ª Câmara de Direito Privado; Data do julgamento: 29/06/2016; Data de registro: 07/07/2016)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**3) Ementa:** ... - Empréstimo - Aplicação do Código de Defesa do Consumidor (Súmula n. 297 do Egrégio Superior Tribunal de Justiça) - Avença de adesão que não implica nulidade de suas cláusulas - Autorização da prática de anatocismo (MP n. 1963-17/00 e ... [+](#)

**Ementa:** APELAÇÃO CÍVEL. ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA. AÇÃO REVISIONAL DE CONTRATO. Preliminar. Diversamente do apontado pelo recorrido, restaram suficientemente demonstradas as razões do inconformismo da parte recorrente nos termos do art. 1.010 do Novo Código de Processo Civil. Código de Defesa do Consumidor. Aplicável às operações de concessão de crédito e financiamento. Súmula n. 297 do STJ. Juros remuneratórios. São abusivos apenas se fixados em valor expressivamente superior à taxa média do mercado divulgada pelo BACEN para o período da contratação (REsp n. 1.061.530/RS).

Capitalização de juros. Possibilidade de incidência de capitalização de juros em periodicidade inferior à anual após a edição da Medida Provisória n. 2.170-36/2001 (art. 5º), presente inclusive o RE n. 592.377/RS, com repercussão geral reconhecida. "A capitalização dos juros em periodicidade inferior à anual deve vir pactuada de forma expressa e clara. A previsão no contrato bancário de taxa de juros anual superior ao duodécuplo da mensal é suficiente para permitir a cobrança da taxa efetiva anual contratada." - REsp n. 973.827/RS. Da tarifa de cadastro. Conforme entendimento do E. Superior Tribunal de Justiça (REsp n. 1.251.331/RS), "permanece válida a Tarifa de Cadastro expressamente tipificada em ato normativo padronizador da autoridade monetária, a qual somente pode ser cobrada no início do relacionamento entre o consumidor e a instituição financeira", ressalvada eventual abusividade no caso concreto. Imposto Sobre Operações Financeiras - IOF. Responsabilidade do consumidor por seu pagamento, cujo valor pode ser financiado pela instituição financeira (REsp n. 1.251.331/RS). Compensação e/ou repetição simples. Cabível caso verificada a cobrança de valores indevidos. Da antecipação de tutela. A concessão da antecipação da tutela está condicionada, cumulativamente: a) à existência de ação fundada em questionamento integral ou parcial do débito; b) à demonstração da cobrança indevida, com fundamento na aparência do bom direito e na jurisprudência consolidada do STF ou do STJ; c) ao depósito do valor incontroverso das parcelas ou à prestação de caução idônea. Do prequestionamento. Desnecessária a indicação expressa de todos os fundamentos legais eventualmente incidentes no caso, sendo suficiente prequestionamento implícito. PRELIMINAR REJEITADA. APELO PARCIALMENTE PROVIDO.

**(Apelação Cível nº 70069367050, Décima Quarta Câmara Cível do Tribunal de Justiça do RS, Comarca de Butiá, Relator: Miriam A. Fernandes, Julgado em 30/06/2016)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**4) Ementa:** APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. CONSUMIDOR. TELEFONIA. AÇÃO ORDINÁRIA. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. 1- A demanda movida, pelo consumidor, com vistas à repetição de valores pagos de forma indevida submete-se ao prazo prescricional previsto no art. 206, §3º, IV, do Código Civil, que prevê a prescrição trienal para a pretensão de ressarcimento de enriquecimento sem causa. 2- O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, consoante estabelece o parágrafo único do artigo 42 do CDC. 3- A continuidade da cobrança de valores referentes a serviços não contratados - em que pese a reiteração, pelo consumidor, do seu pedido de cancelamento da inclusão das rubricas nas suas faturas mensais -, desborda da esfera do mero dissabor e enseja a configuração de dano moral. 4- Na fixação do montante indenizatório por gravames morais, deve-se buscar atender à duplicidade de fins a que a indenização se presta, atentando para a capacidade do agente causador do dano, amoldando-se

a condenação de modo que as finalidades de reparar a vítima e punir o infrator (caráter pedagógico) sejam atingidas. "Quantum" fixado em R\$5.000,00 (cinco mil reais). Apelo provido.

**(Apelação Cível Nº 70065158586, Décima Segunda Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Umberto Guaspari Sudbrack, Julgado em 30/06/2016)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**5) Ementa:** APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. DIREITO CIVIL. DIREITO PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO COMINATÓRIA. PLANO DE SAÚDE. ILEGITIMIDADE. TEORIA ASSERÇÃO. AFASTADA. DESCRENCIAMENTO. DEVER DE INFORMAÇÃO. FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. CUSTOS DO TRATAMENTO. DANO MORAL. CONFIGURADO. RECURSO DA RÉ CONHECIDO E NÃO PROVIDO. RECURSO DO AUTOR CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO. 1. Administradora de benefício do plano de saúde alega ilegitimidade passiva por não ter responsabilidade sobre autorização ou negativa de procedimentos. O processo civil adota a teoria da asserção pela qual a pertinência subjetiva da ação é determinada com base nos fatos narrados na petição inicial. No caso em análise, pelos documentos juntados crível a conclusão pela legitimidade da administradora. Afastada a preliminar. 2. A Lei nº 13.003, de 24 de junho de 2014, que altera a Lei nº 9.656, que dispõe sobre os planos de saúde, prevê a possibilidade de substituição de qualquer credenciado nos planos de saúde; entretanto, a luz do dever de informação previsto pelos artigos 6ª e 46 do Código de Defesa do Consumidor, exige comunicação prévia do consumidor. 3. O Superior Tribunal de Justiça consolidou entendimento de que essa comunicação deve ser individual. No caso em tela, o plano de saúde limitou-se a divulgar no sítio eletrônico informação sobre descredenciamento da clínica onde o autor realizava tratamento oncológico; surpreendendo-o sobre a impossibilidade da continuidade do tratamento; configurando, pois, falha na prestação de serviço pela falta da devida comunicação. 4. O desgaste a que foi submetido o autor no momento em que se encontrava com sua integridade física abalada, com alto risco de morte imediata, não pode ser considerada mero dissabor do dia-a-dia, ensejando, na hipótese, reparação de ordem moral. 5. Recurso da ré conhecido e não provido. Recurso do autor conhecido e parcialmente provido.

**(TJDF; Acórdão n.952463, 20150110825863APC, Relator: ROMULO DE ARAUJO MENDES, 1ª TURMA CÍVEL, Data de Julgamento: 29/06/2016, Publicado no DJE: 08/07/2016. Pág.: 111-121)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**6) Ementa:** PROCESSO CIVIL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER. DIREITO DO CONSUMIDOR. CONTRATO DE ASSISTÊNCIA À SAÚDE. INTERNAÇÃO HOSPITALAR PSIQUIÁTRICA. LIMITAÇÃO TEMPORAL DO TRATAMENTO. COPARTICIPAÇÃO NOS CUSTOS DO TRATAMENTO. ILEGALIDADE. CLÁUSULA ABUSIVA. NULIDADE. SÚMULA 302 DO STJ. COBERTURA INTEGRAL. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO. 1. Ressalta-se que o contrato prevê a participação do segurado na hipótese da internação psiquiátrica ser superior a 30 dias. Contudo, a jurisprudência deste Tribunal de Justiça tem se posicionado no sentido de

que a limitação do tempo de internação, mesmo quando houver previsão de coparticipação para o beneficiário, é excessivamente onerosa para o consumidor; assim, portanto, está em total desacordo com a legislação que rege a matéria. Sendo abusiva tal cláusula que limita no tempo a internação hospitalar do segurado (art. 47, art. 51, IV, ambos do CDC). Ademais, existe vedação legal para se limitar o prazo de internações hospitalares quando o plano de saúde prevê a possibilidade de internação hospitalar, sendo que a Lei nº 9.656/1998, que regula os Planos e Seguros de Saúde, não faz qualquer diferenciação no que se relaciona à internação para tratamento psiquiátrico. 2. O direito à saúde, ademais, é alçado ao patamar de direito fundamental, porquanto objetiva atender ao mandamento nuclear da dignidade da pessoa humana, como é possível depreender dos artigos 196 e 1º, inc. III, da CRFB/88. 3. Colha-se o enunciado da Súmula nº 302 do STJ, que dispõe ser abusiva "a cláusula contratual de plano de saúde que limita no tempo a internação hospitalar do segurado". 4. Recurso de apelação conhecido e negado provimento.

**(TJDF, Acórdão n.952233, 20140610151358APC, Relator: MARCO ANTONIO DA SILVA LEMOS, 5ª TURMA CÍVEL, Data de Julgamento: 15/06/2016, Publicado no DJE: 08/07/2016. Pág.: 328/335)**

[▲ Voltar ao menu](#)

**7- Ementa:** DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXIGIBILIDADE E INDENIZATÓRIA. APELAÇÃO CÍVEL. TELEFONIA. CONTRATAÇÃO NÃO REALIZADA PELO CONSUMIDOR. SUPOSTA FRAUDE COMETIDA POR TERCEIRO. DÉBITO INEXIGÍVEL. CULPA EXCLUSIVA DE TERCEIRO. INEXISTÊNCIA. RISCO INERENTE À ATIVIDADE EMPRESARIAL. DEVER DE FISCALIZAÇÃO. NEGATIVAÇÃO INDEVIDA DE NOME, DANOS MORAIS, QUANTUM PROPORCIONAL À EXTENSÃO DO DANO. APELAÇÃO CONHECIDA E DESPROVIDA. I - Débito que resultou na negativação de nome do consumidor, contratado por terceiro que utilização os dados deste, em alegada fraude. Para se eximir do dever de indenizar, alegou a recorrente, em resumo, que houve culpa exclusiva de terceiro, não identificado, que fraudou a contratação, fazendo-a com os dados pessoais do apelado. Ocorre que, ainda que confirmada a prática de fraude por terceiro, o consumidor não pode responder, à custa de seus direitos da personalidade, pelo fortuito interno ou risco inerente à atividade empresarial. II - Cabe à requerida, com a finalidade de propiciar segurança aos usuários do serviço, mormente aos direitos à privacidade e ao sigilo de dados pessoais, o dever de fiscalização sobre o próprio serviço prestado, para aferir sua conformidade com a verdade. Descabe alegar culpa exclusiva de terceiro quando se tem o dever de zelar pela boa e segura prestação do serviço, sem prejuízos aos direitos dos usuários. Nesse diapasão, não se pode falar em culpa "exclusiva" de terceiro. Negativação indevida que gera danos morais indenizáveis. III - o valor arbitrado a título de danos morais (R\$10.000,00) é suficiente para a reparação do dano experimentado, proporcional à sua extensão, sem que se possa falar em enriquecimento sem causa do autor da demanda. IV- Apelação conhecida e desprovida.

(TJAM, Apelação 0616620-62.2014.8.04.0001, Relator: Nélia Caminha Jorge, 3ª Câmara Cível, Data de Julgamento: 27/06/2016)

[▲ Voltar ao menu](#)

**8- Ementa:** CIVIL E PROCESSO CIVIL. APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE REPARAÇÃO POR DANOS MORAIS. PLANO DE SAÚDE. NEGATIVA DE AUTORIZAÇÃO PARA COBERTURA DE CIRURGIA DE CARÁTER EMERGENCIAL. MÁ PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS. DANOS MORAIS. DEVER DE INDENIZAR. HONORÁRIOS ARBITRADOS EM 15% SOBRE O VALOR DA CONDENAÇÃO. SENTENÇA MANTIDA. APELO IMPROVIDO. I - A hipótese trata de má prestação de serviço pela recusa de autorização de cobertura de plano de saúde em tratamento emergencial, por isso a incidência do Código de Defesa do Consumidor, devendo, para tanto, ser focada a finalidade maior do diploma protetivo, ex vi do art. 5º, XXXII, da Constituição Federal, funcionando, ainda, a proteção dos direitos consumeristas, como princípio da ordem econômica, nos termos do art. 170, V, da Constituição Federal. II - Irregular a conduta da Amil Assistência Médica Internacional ao negar a cobertura completa da cirurgia emergencial da apelada, que naquele momento de dores físicas e psicológicas da paciente, acometida de um tumor no cérebro de fossa posterior, com sérios riscos de morte, pôs-se a causar entraves de natureza burocrática à paciente, ainda que esta estivesse munida de todos os documentos necessários a devida autorização. IV - Forçoso se reconhecer a necessidade de reparação no quantum indenizatório arbitrado na sentença em R\$ 32.000,00 que deve ser mantido por estar de acordo com a jurisprudência desta Quinta Câmara Cível. V - Honorários arbitrados dentro da razoabilidade em 15% sobre o valor da condenação, nos termos do art. 20, § 4º, do CPC/73, aplicável ao caso, motivos por que devem ser mantidos nesse percentual. Apelo improvido.

(TJMA, Ap 0237122016, Rel. Desembargador(a) JOSÉ DE RIBAMAR CASTRO, QUINTA CÂMARA CÍVEL, julgado em 27/06/2016, DJe 01/07/2016)

[▲ Voltar ao menu](#)

-  
-  
[O Boletim eletrônico: Núcleo Especializado de Defesa do Consumidor destina-se à comunicação interna da Defensoria Pública do Estado de São Paulo e seus parceiros. Produzido pelo Núcleo Especializado de Defesa do Consumidor parceria com a Coordenadoria de Comunicação Social e Assessoria de Imprensa. Para mais informações, contate nudecon@defensoria.sp.gov.br](#)  
-

