

Questão Discursiva 00785

Discorra sobre o princípio da vinculação da oferta nas relações de consumo.

Resposta #000128

Por: Line 7 de Dezembro de 2015 às 20:32

O CDC se trata de norma de norma de ordem pública de interesse social, tendo em sua aplicabilidade, preponderância sobre outras normas que com ele possam vir a colidir. Sua aplicabilidade está adstrita à proteção do consumidor, pressupondo uma relação jurídica desigual, face a concepção de ideia de vulnerabilidade do consumidor.

Dispõe o art. 30 do CDC que a oferta vincula o fornecedor. Tal dispositivo deve ser entendido, também sob a perspectiva sob os princípios da boa-fé, razoabilidade e equilíbrio das relações contratuais.

Ressalta-se que como fornecedor, poderá ser considerado todos os quais propiciem a oferta de produtos e serviços no mercado de consumo de forma a atender as necessidades do consumidor, nisso se inclui, o direito à informação adequada e clara, assim como, a proteção contra publicidade abusiva ou enganosa, conforme previsão do art. 6º, incisos III e IV do CDC.

O princípio mais amplo é o da vinculação contratual da oferta, daí porque o legislador optou por indicar à oferta efeito vinculante, caracterizando-a como toda e qualquer informação suficientemente precisa divulgada pelo fornecedor.

Nas palavras do ministro Herman Benjamim, o art. 30, dá caráter vinculante à informação e a publicidade (como já frisado), atuando de duas maneiras, Primeiro, obrigando o fornecedor, mesmo que se negue a contratar; Segundo, introduzindo-se (e prevalecendo) em contrato eventualmente celebrado, inclusive quando seu texto o diga de modo diverso, pretendendo afastar o caráter vinculativo. Dessa forma, para se efetivar a vinculação, cabem as medidas de tutela específica previstas para as obrigações de fazer e não fazer, caso da busca e apreensão e da fixação de multa ou astreintes (art. 84 do CDC).

Correção #000989

Por: gabriela monteiro 28 de Junho de 2016 às 23:07

Embora sua resposta apresente a literalidade da lei, faltou a posição dos tribunais superiores, além de que a conclusão me pareceu incompleta.

Observei também repetição de palavras, talvez por erro de digitação como na primeira linha.

Talvez se o último parágrafo estivesse no primeiro, o sentido teria ficado melhor.

NOta 6,0

Correção #000967

Por: Natalia S H 28 de Junho de 2016 às 02:02

Line, tua resposta está correta e acredito que embora não tenha abordado tudo sobre o tema, falou o que é essencial. Além disso, o texto está bem formulado, com início, meio e fim.

Correção #000114

Por: Débora Bós e Silva 8 de Dezembro de 2015 às 22:05

A candidata mostrou conhecimento básico. Poderia ter destacado que toda publicidade veicula algum tipo de informação (eis que esta é muito mais ampla), mas nem toda informação é publicidade.

Além disso, poderia ter apresentado a diferença entre elas, os requisitos da oferta, exemplos cotidianos, etc.

Resposta #002155

Por: MAF 7 de Agosto de 2016 às 14:49

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

Trata-se do princípio da vinculação da oferta, o qual concretiza o princípio da boa-fé objetiva e da transparência nas relações de consumo, demonstrando que os contratantes devem zelar por eles, inclusive, na fase pré-contratual.

Por meio dele, obriga-se o fornecedor que não queira contratar, bem como, no caso de contratação, sobrepõe-se a eventual cláusula que disponha de modo diverso. Assim, conforme artigo 35 do Código Consumerista, poderá o consumidor escolher, alternativamente e à sua escolha, caso o fornecedor se recuse a cumprir a oferta: exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta; aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente; e rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

Logo, para que os termos da oferta sejam efetivados, será cabível o requerimento de tutela específica, nos moldes do artigo 84 do mesmo diploma normativo.

Por fim, quanto ao tema, importante registrar as hipóteses de erro crasso, como quando determinado bem é anunciado por preço muito menor do que aquele de mercado. Neste sentido, a jurisprudência entende que, para não vincular, a oferta deverá trazer patente onerosidade excessiva ao anunciante, devendo o valor irrisório ser perceptível de plano, concretizando-se, assim, o princípio da boa-fé objetiva, exigida de todas partes da relação consumerista.

Resposta #003215

Por: **Jack Bauer** 28 de Outubro de 2017 às 14:21

Conforme art. 30 do CDC, a oferta apresentada pelo fornecedor ao consumo obriga seu responsável, o que caracteriza o princípio da vinculação da oferta.

Essa vinculação deriva da necessidade de se imprimir segurança nas relações de consumo (segurança jurídica - artigos 1º e 5º, CF), onde o consumidor é a parte hipossuficiente técnica ou juridicamente (art. 2º do CDC).

Além disso, a vinculação da oferta também é resultado da boa-fé objetiva (art. 4º, inc. III, parte final, CDC), especialmente na vedação do comportamento contraditório, pois o fornecedor que oferece determinado bem, produto ou serviço, não pode num segundo momento desfazer essa oferta, sem violação à legítima expectativa do consumidor em fazer ver cumprir a oferta.

Resposta #005462

Por: **MARIANA**. 4 de Junho de 2019 às 22:00

A oferta é um instituto jurídico previsto tanto no Código Civil quanto no CDC, entretanto existem peculiaridades que diferenciam uma da outra.

A oferta no âmbito consumerista abrange toda informação ou publicidade, suficientemente prevista, e vincula o fornecedor que a fizer veicular, por qualquer forma ou meio de comunicação, ou dela se utilizar. Aplica-se, portanto, o princípio da vinculação da oferta nas relações de consumo.

Devido a este princípio, a oferta tem um caráter objetivo. Isto é, via de regra, o fornecedor deve obrigatoriamente cumprir o que foi ofertado, podendo o consumidor exigir o cumprimento forçado da obrigação, aceitar outro produto ou serviço equivalente ou rescindir o contrato, conforme disposto no artigo 35 do CDC.

Ademais, não pode o fornecedor alegar erro na informação ou publicidade. A única exceção aceita pela doutrina é o erro patente, ou seja, aquele evidente na própria oferta.

Ex. Um televisão no valor de R\$4.000,00 que está sendo ofertada por R\$10,00 reais.

Nos termos do artigo 30 do Código de Consumidor, a oferta integra o contrato que vier a ser celebrado. Então, tudo que nela for expresso deve constar no contrato. Segundo a doutrina, mesmo que não conste de forma expressa no contrato, o consumidor poderá exigir do fornecedor os termos constantes na oferta.