

## FELIPE P. BRAGA NETTO

Membro do Ministério Público Federal (Procurador da República). Doutorando em Teoria do Estado e Direito Constitucional pela PUC-RIO. Mestre em Direito Civil pela Universidade Federal de Pernambuco. Procurador Regional Eleitoral de Minas Gerais (2010/2012). Advogado da União (1999/2002). Professor de Direito Civil e Direito do Consumidor da Escola Superior Dom Helder Câmara – ESDHC (2003/2015). Professor de Teoria Geral do Direito, Direito Civil e Direito do Consumidor da PUC-MINAS, graduação e especialização (2002/2006). Professor da Escola Superior do Ministério Público da União – ESMPU. Professor da pós-graduação em Direito Civil do Juspodivm (2004/2005). Professor de Direito Civil do Praetorium (2005/2007). Professor da pós-graduação em Direito Civil do Damásio de Jesus-SP (2014). Professor das Escolas de Magistratura de Minas Gerais e do Espírito Santo.

[felipepeixotobraga@gmail.com](mailto:felipepeixotobraga@gmail.com)

# MANUAL DE DIREITO DO CONSUMIDOR À LUZ DA JURISPRUDÊNCIA DO STJ

De acordo com os Projetos de Lei que atualizam o CDC e com o Decreto 7.962/2013, que dispõe sobre o Comércio Eletrônico.

- Questões de concursos ao final de cada capítulo e também ao final do livro
- Resumo ao final de cada capítulo
- Conteúdo dos informativos dos tribunais superiores inseridos ao longo da doutrina
- Mais de 1.000 acórdãos dos tribunais superiores
- Atualizado de acordo com a Lei n. 12.741, de dezembro de 2012 e os três anteprojetos do Senado que atualizam o CDC.

10ª edição

Revisada, ampliada e atualizada.

2015

B813m Braga Netto, Felipe Peixoto

Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do  
STJ/Felipe Peixoto Braga Netto. – Salvador : Edições Juspodivm,  
2014.

550p.

Inclui legislação.

Bibliografia.

1. Defesa do consumidor – Legislação. 2. Brasil. Código de defesa  
do consumidor (1990). I. Título.



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

Rua Mato Grosso, 175 – Pituba, CEP: 41830-151 – Salvador – Bahia

Tel: (71) 3363-8617 / Fax: (71) 3363-5050

• E-mail: [fale@editorajuspodivm.com.br](mailto:fale@editorajuspodivm.com.br)

**Copyright:** Edições JusPODIVM

**Conselho Editorial:** Eduardo Viana Portela Neves, Dirley da Cunha Jr., Leonardo de Medeiros Garcia, Fredie Didier Jr., José Henrique Mouta, José Marcelo Vigliar, Marcos Ehrhardt Júnior, Nestor Távora, Robrio Nunes Filho, Roberval Rocha Ferreira Filho, Rodolfo Pamplona Filho, Rodrigo Reis Mazzei e Rogério Sanches Cunha.

**Capa:** Rene Bueno e Daniela Jardim ([www.buenojardim.com.br](http://www.buenojardim.com.br))

**Diagramação:** Cendi Coelho ([cendicoelho@gmail.com](mailto:cendicoelho@gmail.com))

Todos os direitos desta edição reservados à Edições JusPODIVM.

É terminantemente proibida a reprodução total ou parcial desta obra, por qualquer meio ou processo, sem a expressa autorização do autor e da Edições JusPODIVM. A violação dos direitos autorais caracteriza crime descrito na legislação em vigor, sem prejuízo das sanções civis cabíveis.

# SUMÁRIO

<b>O TELEFONE</b> .....	21
<b>NOTA À DÉCIMA EDIÇÃO</b> .....	23
<b>NOTA À NONA EDIÇÃO</b> .....	25
<b>NOTA À OITAVA EDIÇÃO</b> .....	27
<b>NOTA À SÉTIMA EDIÇÃO</b> .....	29
<b>PREFÁCIO À SÉTIMA EDIÇÃO</b> .....	31
<b>PREFÁCIO À SEGUNDA EDIÇÃO</b> .....	33
<b>Capítulo I</b>	
<b>CONTEXTUALIZANDO O CDC</b> .....	39
1. O CDC como um “microsistema legislativo” .....	39
2. O que são normas de “ordem pública e interesse social”?.....	40
3. Autonomia e heteronomia .....	42
4. O CDC como uma “lei de função social” .....	44
5. O fundamento constitucional do CDC .....	45
6. Questões de Concursos .....	46
7. Quadro Sinótico .....	48
<b>Capítulo II</b>	
<b>CARACTERÍSTICAS DO CDC</b> .....	49
1. Normas principiológicas.....	49
2. Vocação de expansão.....	52
3. Diálogo das fontes .....	53
4. Irrelevância dos aspectos formais .....	54
5. Quadro Sinótico .....	55
<b>Capítulo III</b>	
<b>PRINCÍPIOS DO CDC</b> .....	57
1. Vulnerabilidade do consumidor.....	57
2. Transparência.....	59
3. Informação .....	61
4. Segurança .....	65
5. Equilíbrio nas prestações.....	67
6. Reparação integral .....	70
7. Solidariedade .....	72
8. Interpretação mais favorável ao consumidor (interpretação contra o estipulante).....	78
9. Boa-fé objetiva.....	79
10. Reparação objetiva .....	82
11. Adimplemento substancial .....	85
12. “Venire contra factum proprium” .....	86
13. Conservação do contrato .....	88

14. Modificação das prestações desproporcionais .....	88
15. Equidade .....	90
16. Harmonia nas relações de consumo .....	92
17. Acesso à justiça .....	97
18. Questões de Concursos .....	102
19. Quadro Sinótico .....	110

#### Capítulo IV

<b>RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO .....</b>	<b>111</b>
1. Os sujeitos .....	111
2. Identificando o consumidor e o fornecedor .....	112
2.1. A quem se aplica o CDC? As definições jurisprudenciais brasileiras .....	112
2.2. Internet e relações de consumo no STJ .....	117
2.3. Os profissionais liberais são fornecedores de serviços? .....	121
3. Teorias “maximalista” e “minimalista” .....	124
4. Compreendendo a expressão “destinatário final” .....	125
4.1. Ampliações jurisprudenciais do conceito do “destinatário final” .....	127
5. A pessoa jurídica como consumidora .....	130
6. Consumidor pessoa física e consumidor pessoa jurídica: presunções .....	131
7. Possibilidade de limitar a indenização: consumidor pessoa jurídica .....	132
8. Consumidor por equiparação .....	132
8.1. As três hipóteses previstas do consumidor por equiparação (art. 2º, parágrafo único; art. 17; art. 29) .....	133
8.2. Os “bystanders”: consumidores sem contrato de consumo .....	136
9. Responsabilidade contratual e extracontratual: irrelevância no CDC .....	137
9.1. Exceção: juros de mora .....	138
9.1.1. Responsabilidade contratual .....	138
9.1.2. Responsabilidade extracontratual .....	138
10. Questões de Concurso .....	138
11. Quadro Sinótico .....	149

#### Capítulo V

<b>RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO .....</b>	<b>153</b>
1. Vício do produto ou serviço e fato do produto ou serviço .....	154
2. Vício do produto .....	155
3. Vício do serviço .....	157
4. Fato do produto .....	158
5. Fato do serviço .....	159
6. Perigo intrínseco .....	161
7. Prazo decadencial do vício .....	161
8. Prazo prescricional do fato .....	163
9. Responsabilidade objetiva do fornecedor .....	163
10. Ausência do defeito: prova a cargo do fornecedor .....	165
11. Comerciante: responsabilidade subsidiária? .....	166
12. Questões de Concursos .....	167
13. Quadro Sinótico .....	175

## SUMÁRIO

**Capítulo VI**

<b>EXCLUDENTES DE RESPONSABILIDADE</b> .....	177
1. Excludentes de responsabilidade: quais são aceitas no sistema de consumo? .....	177
2. Caso fortuito ou força maior .....	178
2.1. Irrelevância da distinção.....	179
2.2. Distinção relevante.....	180
2.2.1. Fortuito interno.....	180
2.2.2. Fortuito externo.....	181
2.3. A análise dos riscos assumidos pelo fornecedor.....	183
3. Culpa exclusiva da vítima .....	184
4. Fato exclusivo de terceiro.....	185
5. Culpa concorrente .....	186
6. Teoria do risco do desenvolvimento .....	187
7. Questões de Concursos .....	189
8. Quadro Sinótico .....	192

**Capítulo VII**

<b>DANOS MORAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO</b> .....	193
1. Breve panorama legislativo e jurisprudencial.....	194
2. Indenização ressarcitória e indenização compensatória .....	195
3. Morte de familiar: quem poderá propor ação contra o fornecedor de produtos ou serviços? .....	197
4. Quais agressões perfazem dano moral? .....	198
5. Danos não patrimoniais de alguma gravidade .....	200
6. Se a vítima falecer antes de propor ação, os herdeiros podem fazê-lo? .....	202
7. A quantificação do dano moral.....	203
8. O STJ pode alterar valores de dano moral? .....	204
9. A condição econômica do autor do dano e da vítima influem na fixação do valor? .....	206
10. A dúplice função do dano moral (aspecto punitivo ou pedagógico).....	207
11. CDC x Convenção de Varsóvia: indenização por perda de bagagem .....	209
12. O dano moral sofrido por consumidor pessoa jurídica.....	210
13. Dano moral pode resultar do descumprimento do contrato pelo fornecedor de produtos ou serviços? .....	211
14. Dano moral e dano estético podem ser cumulados? .....	213
15. Como se provam os fatos constitutivos do dano moral?.....	215
16. A questão do nexo causal no dano moral.....	216
17. Responsabilidade civil das empresas de estacionamento.....	219
17.1. Excludentes de responsabilidade civil.....	220
17.2. Irrelevância da gratuidade .....	221
17.3. Outras hipóteses .....	221
17.3.1. Shopping centers ou supermercados.....	222
17.3.2. Estacionamento de hospital.....	223
17.3.3. Estacionamento de hotel.....	224
17.3.4. Estacionamento por manobristas de restaurantes.....	224

17.3.5. Estacionamento de postos de combustível .....	224
18. Responsabilidade civil no transporte de pessoas.....	225
18.1. Contextualização.....	225
18.2. Obrigação de meio ou de resultado? Cláusula de incolumidade .....	225
18.3. O dano causado por terceiro: responde a empresa de transporte? .....	226
18.3.1. Dano conexo ao transporte.....	226
18.3.2. Dano desconexo ao transporte .....	227
18.4. Transporte gratuito ou de mera cortesia .....	227
18.5. Excludentes de responsabilidade.....	229
18.5.1. Culpa exclusiva da vítima .....	229
18.5.2. Caso fortuito ou força maior (Código Civil, art. 393, parágrafo único).....	229
18.5.3. Culpa concorrente .....	232
18.6. Cláusulas de irresponsabilidade ou de não indenizar .....	233
18.7. Aplicação do CDC ao contrato de transporte.....	234
18.8. Danos causados a terceiros (não passageiros) .....	234
19. Responsabilidade civil dos médicos .....	235
19.1. Hospitais: responsabilidade objetiva ou subjetiva? .....	236
19.2. Dualidade das obrigações.....	239
19.3. Cirurgias estéticas.....	239
19.3.1. Obrigações de meio ou resultado? .....	239
19.3.2. Superação da dicotomia.....	241
19.4. Danos sofridos em hospitais públicos ensejam a aplicação do CDC? .....	242
19.5. Serviços públicos sociais.....	244
19.5.1. Dever de atendimento em casos de urgência, mesmo nos estabelecimentos privados .....	245
20. Perda da chance.....	246
21. Dano moral coletivo.....	247
22. Questões de Concursos.....	250
23. Quadro Sinótico .....	254

## Capítulo VIII

<b>PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA NO CDC.....</b>	<b>257</b>
1. Decadência (vício do produto ou serviço).....	257
1.1. Vício oculto .....	257
1.1.1. Produtos duráveis.....	258
1.1.2. Produtos não duráveis .....	258
1.2. Início da contagem do prazo na hipótese de existir garantia contratual ..	258
1.3. Vício aparente.....	259
1.4. Causas que suspendem a decadência.....	259
2. Prescrição (fato do produto ou serviço) .....	260
2.1. Quando se inicia a contagem do prazo prescricional?.....	262
3. Conflito entre o CDC e CC/2002: interpretação favorável ao consumidor .....	264
4. Questões de Concursos.....	267
5. Quadro Sinótico .....	272

**Capítulo IX**

<b>DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA</b> .....	273
1. Desconsideração da personalidade jurídica.....	273
2. CDC: primeira lei brasileira a prevê-la.....	273
3. Desconsideração da personalidade jurídica sempre que esta for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento dos consumidores.....	274
3.1. Teoria maior e teoria menor da desconsideração.....	275
3.1.1. Teoria maior.....	275
3.1.2. Teoria menor.....	275
4. Críticas ao art. 28 do CDC.....	276
5. Sociedades integrantes de grupos societários, sociedades controladas, sociedades consorciadas e sociedades coligadas.....	277
6. O juiz pode declarar a indisponibilidade dos bens na própria sentença declaratória de falência?.....	278
7. A aplicação da teoria significa encerramento das atividades da pessoa jurídica?....	278
8. Aplicação da teoria da desconsideração pela administração pública.....	279
9. A questão da sociedade irregular ou de fato.....	279
10. Há necessidade de propositura de ação autônoma?.....	279
11. Desconsideração inversa.....	281
12. Questões de Concursos.....	282
13. Quadro Sinótico.....	286

**Capítulo X**

<b>PRÁTICAS COMERCIAIS</b> .....	287
1. Pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais.....	287
2. O efeito vinculante da oferta publicitária.....	290
3. O dever de prestar informações corretas e precisas.....	292
4. Oferta de peças de reposição.....	293
5. Venda por telefone ou reembolso postal.....	294
6. Solidariedade do fornecedor pelos atos dos prepostos ou representantes autônomos.....	294
6.1. Teoria da aparência.....	295
7. Opções para o consumidor na hipótese do fornecedor recusar cumprimento à oferta publicitária.....	297
8. Questões de concursos.....	297
9. Quadro Sinótico.....	298

**Capítulo XI**

<b>A PUBLICIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO</b> .....	299
1. A publicidade na sociedade atual.....	299
1.1. Direito de identificação da mensagem como sendo publicitária.....	299
1.2. Dever do fornecedor de manter dados técnicos que lastreiam as informações publicitárias.....	300
2. Publicidade enganosa.....	301
2.1. Publicidade enganosa por omissão.....	302
2.2. Publicidade enganosa resultante de erro de terceiro.....	304
3. Publicidade abusiva.....	304
4. A força vinculante da publicidade para o fornecedor.....	305

5. Ônus da prova na comunicação publicitária .....	306
6. A contrapropaganda.....	306
7. Princípios peculiares à publicidade nas relações de consumo .....	307
8. Questões de Concursos.....	308
9. Quadro Sinótico .....	313

## Capítulo XII

<b>PRÁTICAS ABUSIVAS .....</b>	<b>315</b>
1. Venda casada ou imposição de limites quantitativos pelo fornecedor.....	316
2. Recusa de contratar pelo fornecedor .....	317
3. Produtos enviados sem solicitação prévia .....	317
4. Aproveitamentos das vulnerabilidades específicas do consumidor .....	318
5. Exigência de vantagens excessivas .....	318
6. Execução de serviço sem orçamento prévio .....	318
7. Repasse de informações depreciativas relativas a consumidor.....	319
8. Inserção no mercado produto em desacordo com as normas técnicas.....	320
9. Recusa de venda de bens ou prestação de serviços.....	321
10. Elevação sem justa causa do preço de produtos ou serviços.....	321
11. Ausência de prazo para cumprimento de obrigação pelo fornecedor .....	322
12. Aplicação de fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.....	323
13. Orçamento: dever de entrega, vinculação e prazo de validade .....	324
14. Produtos ou serviços sujeitos ao regime de controle de preços .....	324
15. Cobrança de dívidas .....	325
15.1. Proibição de constrangimentos ou exposição do consumidor ao ridículo.....	325
15.2. Direito do consumidor cobrado indevidamente ao dobro do que houver pago.....	326
15.2.1. Pagamento fundado em cláusula contratual posteriormente declarada nula enseja devolução em dobro? .....	328
15.2.2. É preciso provar culpa do fornecedor para incidência do art. 42?.....	328
16. Planos de saúde: experiência brasileira e função social .....	330
17. Questões de Concursos .....	335
18. Quadro Sinótico .....	340
<b>PRÁTICAS ABUSIVAS.....</b>	<b>340</b>

## Capítulo XIII

<b>BANCO DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMIDORES.....</b>	<b>343</b>
1. Acesso do consumidor às informações a ele relativas.....	343
2. Limite temporal de consignação das informações negativas: 05 anos .....	344
3. Dever de comunicação por escrito ao consumidor.....	344
3.1. De quem é o dever de comunicação? .....	345
3.2. É suficiente a prova do envio da comunicação? .....	346
3.3. A comunicação ao consumidor é necessária em se tratando de reprodução de dados existentes em banco de domínio público? .....	346
3.4. De quem é o dever de comunicar o pagamento da dívida? .....	347
4. Dívida discutida em juízo pode ser inscrita?.....	348



## SUMÁRIO

5. Dano moral decorrente de indevida inscrição em cadastro negativo.....	349
5.1. Desnecessidade da prova de prejuízo concreto .....	350
5.2. Há dano moral se já havia inscrição anterior? .....	350
5.3. Valores de indenização.....	351
5.4. Controvérsia restrita apenas ao valor da dívida.....	352
5.5. Prazo prescricional .....	352
6. Bancos de dados como entidades de caráter público.....	352
7. Prescrição dos débitos e cadastros negativos.....	353
7.1. Prescrição da ação de cobrança, não do título executivo.....	353
8. Bancos de dados contra maus fornecedores.....	354
9. Questões de Concursos .....	355
10. Quadro Sinótico .....	359

**Capítulo XIV**

<b>NEGÓCIOS JURÍDICOS – PRINCÍPIOS CLÁSSICOS E ATUAIS.....</b>	<b>361</b>
1. Tríplice escolha da vontade.....	362
1.1. Persiste a tríplice escolha?.....	363
2. Igualdade formal .....	363
2.1. Igualdade material ou substancial.....	363
3. <i>Pacta sunt servanda</i> .....	364
3.1. Boa-fé objetiva .....	364
3.1.1. Funções da boa-fé objetiva.....	365
4. Relatividade dos contratos .....	367
4.1. Função social do contrato.....	367
5. Autonomia da vontade .....	368
5.1. Repúdio ao abuso de direito.....	369
6. Questões de Concursos .....	370
7. Quadro Sinótico .....	372

**Capítulo XV**

<b>PROTEÇÃO CONTRATUAL.....</b>	<b>375</b>
1. O contrato de consumo: distância do modelo clássico .....	375
2. A função social dos contratos .....	375
3. Necessidade de prévio conhecimento do conteúdo contratual pelo consumidor.....	375
4. Necessidade de redação clara e inteligível dos contratos de consumo .....	376
4.1. São válidas as limitações contratuais de direitos do consumidor?.....	377
5. Necessidade de interpretação favorável ao consumidor .....	378
5.1. Como interpretar a expressão “danos pessoais” nos contratos de seguro.....	380
6. Escritos particulares, recibos e pré-contratos.....	381
7. Direito de desistência imotivada sete dias após a conclusão do contrato .....	381
7.1. Devolução dos valores pagos pelo consumidor.....	383
8. Garantia contratual .....	383
8.1. Como se conta o prazo da garantia contratual? .....	384
9. O novo comércio eletrônico na atualização do CDC.....	385
10. Questões de Concursos .....	388
11. Quadro Sinótico .....	392

**Capítulo XVI**

<b>CLÁUSULAS ABUSIVAS</b> .....	393
1. Sistema de nulidades do CDC .....	393
2. Análise das cláusulas abusivas do CDC .....	394
3. Cláusulas de abertura: a importante função da jurisprudência.....	404
3.1. Ofensa aos princípios fundamentais do sistema jurídico .....	404
3.2. Restrição de direitos fundamentais ou violação do equilíbrio contratual .....	405
3.3. Cláusula excessivamente onerosa para o consumidor: análise das circunstâncias peculiares ao caso. ....	408
4. É possível separar a cláusula abusiva do restante do contrato? .....	409
5. Controle abstrato das cláusulas abusivas .....	410
6. Contratos que envolvam outorga de crédito ou financiamento: dever de informação .....	411
6.1. Sujeição das instituições financeiras ao CDC .....	411
6.1.1. Capitalização dos juros .....	412
6.1.2. Comissão de permanência .....	413
6.1.3. Juros superiores a 12% ao ano.....	413
6.1.4. Taxa referencial .....	414
6.1.5. Comissão de concessão de crédito .....	414
6.1.6. O banco responde por defeito de produto obtido a partir de financiamento bancário? .....	415
6.1.7. Cobrança indevida pela emissão de boletos bancários .....	415
6.1.8. Informações fornecidas pelas instituições financeiras ao Sisbacen....	415
6.1.9. As propostas do Plano Nacional Consumo e Cidadania .....	416
6.1.10. Cartões de crédito e débito .....	418
7. Multas de mora: limite nos contratos de consumo .....	420
8. Pagamento antecipado da dívida: redução dos juros e encargos .....	421
9. Nulidade das cláusulas que estabeleçam a perda total das prestações pagas .....	421
10. Restituição dos valores nos contratos de consórcio.....	423
11. Obrigatoriedade de que os valores sejam expressos em moeda nacional .....	424
12. Sanções administrativas.....	425
12.1. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor .....	426
13. Questões de Concursos .....	427
14. Quadro Sinótico .....	435

**Capítulo XVII**

<b>CONTRATOS DE ADESÃO</b> .....	437
1. Conceito legal.....	437
2. Interpretação contra o estipulante .....	437
3. Cláusula de eleição de foro em contrato de adesão.....	439
4. Cláusulas que limitam direitos dos consumidores .....	440
5. Questões de Concursos .....	441
6. Quadro Sinótico .....	443

**Capítulo XVIII**

<b>DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO</b> .....	445
1. Interesses ou direitos difusos .....	446

## SUMÁRIO

2. Interesses ou direitos coletivos .....	446
3. Interesses ou direitos individuais homogêneos.....	447
3.1. Legitimação do Ministério Público .....	448
3.1.1. Interesse indisponível.....	449
3.1.2. Interesse social .....	449
3.2. O Ministério Público como substituto processual.....	451
4. Legitimação concorrente .....	452
4.1. Os Procons podem propor ações coletivas em prol dos consumidores? .....	454
4.2. Os Procons podem figurar no pólo passivo das lides? .....	455
5. Estímulo à efetividade: admissibilidade de todas as espécies de ações.....	456
5.1. As <b>astreintes</b> podem ser impostas contra a fazenda pública? .....	459
5.2. É possível que haja bloqueio de valores em contas públicas? .....	459
5.3. As <b>astreintes</b> podem ser determinadas de ofício?.....	460
5.4. A obtenção do resultado prático equivalente .....	460
6. Ações coletivas para a defesa de interesses individuais homogêneos .....	464
6.1. Execução da sentença: direitos individuais homogêneos .....	469
6.1.1. É possível executar no domicílio da vítima? .....	470
6.1.2. Legitimidade do Ministério Público para execução da sentença coletiva .....	470
6.1.3. Prescrição para a execução individual da sentença coletiva.....	471
7. Ações de responsabilidade do fornecedor de produtos e serviços.....	471
7.1. Inversão do ônus da prova.....	471
7.2. A inversão do ônus da prova é regra de procedimento ou regra de julgamento? .....	473
7.3. Em que foro devem ser propostas as ações intentadas pelo consumidor? .....	474
8. Da coisa julgada.....	478
8.1. Os efeitos da sentença – no caso de interesses individuais homogêneos relacionados a relações de consumo – limitam-se à competência territorial do órgão julgador? .....	483
9. Questões de Concursos .....	485
10. Quadro sinótico .....	494
<b>  QUESTÕES DIVERSAS  </b> .....	497
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	513
<b>Anexo I</b> <b>LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990</b> .....	519
<b>Anexo II</b> <b>PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 281, DE 2012</b> .....	537
<b>Anexo III</b> <b>PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 283, DE 2012</b> .....	541
<b>Anexo IV</b> <b>PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 282, DE 2012</b> .....	547