

SERGIO CAVALIERI FILHO

# PROGRAMA DE DIREITO DO CONSUMIDOR

**5<sup>a</sup>**  
edição revista,  
atualizada  
e ampliada

 | atlas

- A EDITORA ATLAS se responsabiliza pelos vícios do produto no que concerne à sua edição (impressão e apresentação a fim de possibilitar ao consumidor bem manuseá-lo e lê-lo). Nem a editora nem o autor assumem qualquer responsabilidade por eventuais danos ou perdas a pessoa ou bens, decorrentes do uso da presente obra.
- Nas obras em que há material suplementar *on-line*, o acesso a esse material será disponibilizado somente durante a vigência da respectiva edição. Não obstante, a editora poderá franquear o acesso a ele por mais uma edição.
- Todos os direitos reservados. Nos termos da Lei que resguarda os direitos autorais, é proibida a reprodução total ou parcial de qualquer forma ou por qualquer meio, eletrônico ou mecânico, inclusive através de processos xerográficos, fotocópia e gravação, sem permissão por escrito do autor e do editor.

Impresso no Brasil – *Printed in Brazil*

- Direitos exclusivos para o Brasil na língua portuguesa

Copyright © 2019 by

**EDITORA ATLAS LTDA.**

Uma editora integrante do GEN | Grupo Editorial Nacional

Rua Conselheiro Nébias, 1384 – Campos Elíseos – 01203-904 – São Paulo – SP

Tel.: (11) 5080-0770 / (21) 3543-0770

faleconosco@grupogen.com.br / www.grupogen.com.br

- O titular cuja obra seja fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada poderá requerer a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação, sem prejuízo da indenização cabível (art. 102 da Lei n. 9.610, de 19.02.1998).

Quem vender, expuser à venda, ocultar, adquirir, distribuir, tiver em depósito ou utilizar obra ou fonograma reproduzidos com fraude, com a finalidade de vender, obter ganho, vantagem, proveito, lucro direto ou indireto, para si ou para outrem, será solidariamente responsável com o contrafator, nos termos dos artigos precedentes, respondendo como contrafatores o importador e o distribuidor em caso de reprodução no exterior (art. 104 da Lei n. 9.610/98).

- Capa: Fabricio Vale

- Data de fechamento: 17.06.2019

- **CIP – BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE.**  
**SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ.**

C368p

Cavaliere Filho, Sergio

Programa de direito do consumidor / Sergio Cavaliere Filho. – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 2019.

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-97-02124-0

1. Defesa do consumidor – Brasil. I. Título.

19-55662

CDU: 34:366.542(81)

Vanessa Mafra Xavier Salgado – Bibliotecária – CRB-7/6644

19/06/2019

## SUMÁRIO

.....	
<b>Capítulo I – DIREITO DO CONSUMIDOR: ORIGENS E FINALIDADE.....</b>	<b>1</b>
1    O século dos novos direitos.....	1
2    Origem do direito do consumidor .....	2
2.1    A Revolução Industrial .....	2
2.2    Desenvolvimento tecnológico e científico.....	3
3    Primeiros movimentos pró-consumidor.....	4
3.1    A mensagem do Presidente Kennedy .....	4
3.2    A atuação da Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas .....	6
4    Primeiras leis consumeristas.....	6
5    Movimentos consumeristas no Brasil .....	6
6    A finalidade do direito do consumidor .....	7
7    Direito do consumidor ou direito do consumo? .....	8
<b>Capítulo II – O CÓDIGO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....</b>	<b>9</b>
8    Imperativo constitucional do Estado e direito fundamental do consumidor....	9
9    Campo de aplicação do Código de Defesa do Consumidor .....	12
9.1    O Código do Consumidor criou um novo direito .....	13
9.1.1    Lei principiológica .....	15
9.1.2    A natureza de lei especial do Código do Consumidor.....	17
9.2    As Convenções de Varsóvia, de Montreal e o Código do Consumi- dor .....	19
9.3    O atual posicionamento do Supremo Tribunal Federal .....	23
9.4    Considerações sobre o atual entendimento do STF .....	26
10    Objetivo do Código do Consumidor – art. 4º .....	35
11    O Código do Consumidor e o Código Civil.....	37
<b>Capítulo III – PRINCÍPIOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR .....</b>	<b>41</b>
12    Lei principiológica.....	41
13    Princípios e regras .....	41

14	Papel dos princípios .....	43
15	Cláusulas gerais e conceitos indeterminados.....	45
16	O princípio da boa-fé.....	49
16.1	Funções da boa-fé.....	51
17	O princípio da transparência .....	53
18	O princípio da confiança .....	55
19	O princípio da vulnerabilidade.....	57
19.1	Espécies de vulnerabilidade .....	59
20	O princípio da equidade .....	62
20.1	Conceito multissignificativo.....	63
20.2	Funções da equidade .....	63
20.2.1	Equidade valor.....	63
20.2.2	Equidade integrativa.....	65
20.2.3	Equidade corretiva .....	66
20.3	Limites ao emprego da equidade .....	67
21	O princípio da segurança .....	67
22	Conclusão .....	69
<b>Capítulo IV – A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO E SEUS ELEMENTOS.....</b>		<b>71</b>
23	Relação jurídica .....	71
24	Elementos da relação de consumo: classificação.....	73
25	Consumidor: destinatário da proteção jurídica. Correntes maximalista (objetiva) e finalista (subjéctiva) .....	74
25.1	Corrente finalista (subjéctiva) mitigada ou aprofundada .....	77
26	A posição do Superior Tribunal de Justiça.....	78
27	Características marcantes do consumidor .....	84
28	A pessoa jurídica como consumidora. Teoria finalista mitigada ou aprofundada .....	84
28.1	Consumidor por equiparação.....	87
29	Fornecedor .....	90
30	Entes despersonalizados .....	91
31	Objeto da relação de consumo: produtos e serviços.....	92
31.1	Produtos. Classificação. Produtos materiais e imateriais. Produtos móveis e imóveis. Produtos duráveis e não duráveis.....	92
31.2	Serviços. Serviços remunerados, aparentemente gratuitos e puramente gratuitos.....	94
32	Serviços públicos .....	95
32.1	Serviços públicos essenciais – princípios da adequação e da continuidade.....	98

32.2	Interrupção do fornecimento do serviço público .....	99
32.3	A posição do STJ.....	100
33	Serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários.....	102
<b>Capítulo V – DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR .....</b>		<b>107</b>
34	A personalização do consumidor.....	107
35	Direitos básicos.....	108
36	O art. 6º do CDC .....	109
37	Proteção da incolumidade física do consumidor: direito à segurança – art. 6º, I.....	110
38	Direito à educação para o consumo – art. 6º, II.....	111
39	Direito à informação – art. 6º, III.....	113
39.1	Direito à informação e o dever de informar .....	114
39.2	Limites do dever de informar.....	116
40	O controle da publicidade – art. 6º, IV, primeira parte .....	117
41	Proteção contra as práticas e cláusulas abusivas – art. 6º, IV, parte final.....	119
42	O equilíbrio na relação jurídica de consumo: a proteção contratual.....	119
42.1	Modificação e revisão de cláusulas contratuais: a lesão enorme e a quebra da base do negócio jurídico – art. 6º, V .....	120
43	Efetivas prevenção e reparação de danos – art. 6º, VI.....	121
44	Facilitação do acesso à justiça e à administração – art. 6º, VII .....	123
45	Facilitação da defesa dos interesses dos consumidores – art. 6º, VIII.....	123
46	A inversão do ônus da prova.....	123
47	Direito à prestação adequada e eficaz dos serviços públicos em geral– art. 6º, X .....	125
48	Outros direitos – art. 7º do CDC.....	126
<b>Capítulo VI – O CONTRATO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....</b>		<b>129</b>
49	A nova concepção de contrato.....	129
49.1	Contrato de Consumo.....	133
49.2	Neutralidade de conteúdo × orientação de conteúdo.....	134
49.3	Abordagem estática × abordagem dinâmica.....	135
49.4	Antagonismo × cooperação .....	135
49.5	Atomismo (individualismo) × coletivismo .....	136
49.6	Abordagem abstrata × abordagem voltada para a pessoa .....	137
50	Intervencionismo do Estado. Dirigismo legislativo e administrativo .....	137
51	Dirigismo judicial.....	140
52	Modificação e revisão de cláusulas contratuais. Institutos afins no Código Civil .....	141

<b>Capítulo VII – A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR – FASE PRÉ-CONTRATUAL</b> .....	149
53 O duplo regime contratual: cível e consumerista .....	149
54 Fase pré-contratual .....	150
55 A publicidade .....	151
55.1 Liberdade de expressão publicitária? .....	152
56 Publicidade e propaganda .....	154
57 Publicidade e informação .....	154
58 Princípio da identificação da publicidade .....	154
59 Princípio da vinculação contratual da publicidade .....	155
60 Princípio da inversão do ônus da prova .....	156
61 Princípio da transparência da fundamentação da publicidade .....	156
62 Publicidade enganosa e princípio da veracidade .....	156
63 Tipos de publicidade enganosa .....	158
64 Enganosidade potencial .....	159
65 Consumidor típico .....	160
66 Publicidade abusiva .....	161
66.1 Publicidade de produtos, serviços e práticas nocivas à saúde e ao meio ambiente – tabaco e bebidas alcoólicas .....	162
66.2 Responsabilidade pela publicidade enganosa ou abusiva .....	163
66.3 Erro ou engano na publicidade .....	166
67 A oferta .....	167
67.1 A oferta integra o contrato – princípio da vinculação .....	169
68 Práticas abusivas .....	170
 <b>Capítulo VIII – A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR NA FASE DA FORMAÇÃO DO CONTRATO</b> .....	 173
69 A contratação padronizada .....	173
70 Disciplina dos contratos de adesão .....	173
71 Conceito de contrato de adesão .....	174
72 O art. 46 do CDC .....	175
73 Interpretação dos contratos de adesão – art. 47 do CDC .....	177
74 Direito de arrependimento do consumidor (art. 49). Prazo de reflexão .....	180
75 A garantia legal e a convencional .....	183
76 Práticas abusivas .....	189
 <b>Capítulo IX – A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR NA EXECUÇÃO DO CONTRATO E NA FASE PÓS-CONTRATUAL</b> .....	 193
77 Os dois momentos do CDC .....	193

78	Cláusulas abusivas e causas de revisão do contrato – distinção.....	193
79	Fundamento da abusividade.....	194
80	O abuso do direito e as cláusulas abusivas.....	195
81	A lista de cláusulas abusivas do art. 51.....	199
82	Sistematização das cláusulas abusivas.....	199
83	A cláusula de não indenizar.....	200
84	Campo de aplicação da cláusula de não indenizar.....	201
85	Limitações legais.....	202
86	Cláusula limitativa da indenização.....	203
87	Limitação de indenização para pessoa jurídica.....	204
88	Cláusula de não indenizar e cláusula limitativa de direito. Distinção.....	204
89	A cláusula geral do inciso IV do art. 51.....	206
90	Cláusula abusiva por vantagem exagerada e a lesão.....	207
91	Vantagem exagerada.....	209
92	Cláusulas que restringem direitos ou obrigações fundamentais.....	209
93	Onerosidade excessiva.....	211
94	Cláusula abusiva e prática abusiva.....	212
95	A boa-fé como instrumento de controle de cláusulas contratuais abusivas ...	212
96	A equidade como instrumento de controle de abusividade de cláusulas contratuais.....	213
97	A proteção do consumidor contra as cláusulas abusivas.....	214
98	Preclusão e prescrição.....	215
99	O princípio da manutenção do contrato.....	215
100	A modificação do contrato.....	216
101	A proteção pós-contratual do consumidor.....	216
	101.1 Práticas abusivas.....	218
	101.2 Uso abusivo dos bancos de dados.....	218
	101.2.1 Banco de dados positivo.....	226
	101.3 Cobrança vexatória.....	227
	101.4 Cobrança indevida – repetição do indébito.....	228

<b>Capítulo X – CONTRATOS SUBMETIDOS À DISCIPLINA DO CÓDIGO DO CONSUMIDOR.....</b>	<b>233</b>
102 Conceito de contrato de consumo.....	233
103 O novo regime do CDC.....	234
104 Contratos bancários.....	235
105 A posição do Superior Tribunal de Justiça sobre várias questões.....	240
106 Cartão de crédito.....	246
107 Arrendamento mercantil ( <i>leasing</i> ).....	255

108	Questões controvertidas .....	256
109	Contrato de seguro .....	260
109.1	Conceito e finalidade do seguro .....	260
110	O risco é o elemento material do seguro .....	262
110.1	Risco objetivo e risco subjetivo .....	262
111	Mutualismo – o elemento econômico do seguro .....	263
112	Boa-fé – alma do seguro .....	263
113	Espécies de seguro .....	264
113.1	Seguro de coisas .....	264
113.2	Seguro de pessoas .....	265
113.3	Seguro de saúde .....	265
113.4	Seguro de responsabilidade civil.....	270
114	Incidência do CDC nos contratos de seguro .....	272
115	Princípios do CDC aplicáveis ao seguro – boa-fé .....	272
115.1	O princípio da transparência .....	275
115.2	Cláusulas abusivas e cláusulas limitativas de direito do consumidor no seguro.....	276
115.3	Mora e inadimplemento do segurado.....	279
116	Transporte coletivo.....	281
116.1	Relevância social e econômica do contrato de transporte .....	281
117	Características do contrato de transporte .....	282
118	Incidência do Código do Consumidor no transporte coletivo .....	282
119	Princípio da segurança.....	284
120	Princípio da indenização integral.....	285
121	Serviços públicos .....	286
122	Serviços públicos essenciais – princípios da adequação e da continuidade ..	288
123	Interrupção do fornecimento do serviço público .....	289
124	A posição do STJ.....	290
125	Contratos imobiliários .....	292
126	Contrato de incorporação imobiliária .....	292
126.1	Obrigação do incorporador.....	292
127	Incidência do Código do Consumidor .....	293
128	Incidência do Código do Consumidor na fase pré-contratual da incorpora- ção.....	294
129	Incidência do Código do Consumidor na fase contratual da incorporação ..	295
130	Incidência do Código do Consumidor quanto à segurança da obra.....	296
130.1	Solidariedade entre incorporador e construtor .....	298
131	Incidência do Código do Consumidor quanto à qualidade da obra .....	299

132	As conclusões do 4º Congresso Brasileiro do Consumidor/BRASILCON.....	300
133	Hipoteca constituída sobre imóvel já prometido à venda e quitado – invalidade .....	301
134	A cláusula de decaimento .....	302
134.1	Cobrança de juros durante a construção do imóvel .....	303
135	Contrato de locação .....	306
136	Relação entre condomínio e condôminos.....	306
137	Contratos eletrônicos .....	306
138	Legislação aplicável .....	309
139	Prazo de arrependimento .....	310
<b>Capítulo XI – A RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO...</b>		<b>311</b>
140	A problemática dos acidentes de consumo .....	311
141	O risco do empreendimento ou da atividade empresarial.....	313
142	A sistemática do Código.....	313
142.1	Defeito e vício – distinção .....	314
143	Fato do produto – acidente de consumo .....	314
144	O que é defeito? .....	315
144.1	Tipos de defeitos .....	316
145	O dever de segurança .....	316
145.1	A noção de segurança .....	317
146	O nexo causal entre o defeito e o dano .....	319
147	Risco inerente e risco adquirido – distinção.....	319
147.1	Produto perigoso e produto defeituoso .....	320
147.2	Risco permitido e defeito.....	320
147.3	Defeito de informação e o dever de informar .....	321
147.4	Limites do dever de informar .....	323
148	Os responsáveis.....	324
149	A solidariedade passiva no Código de Defesa do Consumidor .....	324
149.1	A solidariedade passiva na responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço.....	325
149.2	A solidariedade passiva nos serviços complexos, produzidos por cadeia de fornecedores.....	327
150	Responsabilidade subsidiária do comerciante.....	332
151	Fato do serviço.....	333
152	Excludentes de responsabilidade do fornecedor .....	336
153	O risco do desenvolvimento .....	343
154	Inversão do ônus da prova <i>ope legis</i> .....	345
155	Responsabilidade dos profissionais liberais .....	346
155.1	Sociedades empresárias prestadoras de serviços não se enquadram na regra prescricional destinada aos profissionais liberais .....	348

156	Consumidor por equiparação.....	352
157	O direito de regresso.....	354

<b>Capítulo XII – RESPONSABILIDADE PELO VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO.....</b>	<b>355</b>	
158	Vício e defeito – distinção.....	355
159	Responsabilidade objetiva.....	355
160	Vício do produto e vício redibitório – distinção.....	356
161	Os responsáveis.....	356
162	Vício de qualidade.....	357
163	Mecanismos reparatórios.....	358
164	Dano <i>circa rem</i> e <i>extra rem</i> .....	360
165	Vício de quantidade.....	361
	165.1 Vício conhecido.....	362
166	Vícios do serviço.....	362

<b>Capítulo XIII – PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA NO CÓDIGO DO CONSUMIDOR.....</b>	<b>363</b>	
167	Prescrição e decadência – distinção.....	363
168	A sistemática do CDC.....	366
169	Prescrição.....	366
170	Causas que suspendem ou interrompem a prescrição.....	367
171	A prescrição no seguro.....	368
172	Decadência.....	369
	172.1 Suspensão da decadência.....	371

<b>Capítulo XIV – A DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO – TUTELA INDIVIDUAL.....</b>	<b>375</b>	
173	Importância das garantias processuais.....	375
174	Competência pelo domicílio do consumidor.....	376
175	Tutela específica nas obrigações de fazer e não fazer.....	379
176	Vedação de denunciação da lide e um novo tipo de chamamento ao processo.....	380
177	Inversão do ônus da prova.....	384
	177.1 Ônus e obrigação – distinção.....	385
178	Repartição do ônus da prova.....	385
179	Ônus da prova no CDC.....	386
180	Inversão <i>ope judicis</i> . Pressupostos.....	386
181	Momento da inversão.....	389
182	Efeitos da inversão.....	391

183	Custeio de produção da prova .....	392
184	Inversão <i>ope legis</i> .....	394
185	Desconsideração da pessoa jurídica.....	396
	185.1 O art. 28 do CDC.....	397
186	Desconsideração pela má administração .....	397
	186.1 O § 5º do art. 28 do CDC. Divergências.....	398
187	As teorias maior e menor .....	399
188	Desconsideração inversa .....	401
189	Efeitos da desconsideração.....	401
<b>Capítulo XV – A DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO – TUTELA COLETIVA ....</b>		<b>403</b>
190	Interesses e direitos coletivos .....	403
191	Interesses e direitos difusos.....	406
192	Interesses ou direitos coletivos.....	407
193	Interesses ou direitos individuais homogêneos .....	408
194	O pedido como fator determinante dos interesses em demanda.....	409
195	Legitimação para as ações coletivas .....	410
	195.1 Legitimação do Ministério Público .....	410
	195.2 Legitimação dos entes políticos e dos órgãos da administração .....	415
	195.3 Legitimação da Defensoria Pública.....	415
	195.4 Legitimação das associações .....	417
196	Competência para as ações coletivas .....	418
197	A coisa julgada nas ações coletivas.....	421
	197.1 Efeitos.....	421
	197.2 Efeitos <i>erga omnes</i> nos direitos difusos.....	421
	197.3 Efeitos <i>ultra partes</i> nos direitos coletivos .....	422
	197.4 Efeitos <i>erga omnes</i> nos direitos individuais homogêneos .....	422
198	Aproveitamento da coisa julgada favorável da ação coletiva nas ações individuais .....	423
199	Liquidação e execução da sentença.....	423
	199.1 O art. 100 do CDC.....	426
200	Inocorrência de litispendência .....	427
201	Limitação territorial dos efeitos das ações coletivas .....	428
202	Descabimento da assistência em causas coletivas .....	431
203	Custas processuais e honorários.....	432
204	A inversão do ônus da prova em ação coletiva.....	432
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>		<b>435</b>
<b>ÍNDICE ALFABÉTICO-REMISSIVO .....</b>		<b>441</b>