

SERGIO CAVALIERI FILHO

PROGRAMA DE DIREITO DO CONSUMIDOR

6^a
edição revista,
atualizada
e ampliada

 | atlas

- O autor deste livro e a editora empenharam seus melhores esforços para assegurar que as informações e os procedimentos apresentados no texto estejam em acordo com os padrões aceitos à época da publicação, e todos os dados foram atualizados pelo autor até a data de fechamento do livro. Entretanto, tendo em conta a evolução das ciências, as atualizações legislativas, as mudanças regulamentares governamentais e o constante fluxo de novas informações sobre os temas que constam do livro, recomendamos enfaticamente que os leitores consultem sempre outras fontes fidedignas, de modo a se certificarem de que as informações contidas no texto estão corretas e de que não houve alterações nas recomendações ou na legislação regulamentadora.
- Fechamento desta edição: 25.02.2022
- O Autor e a editora se empenharam para citar adequadamente e dar o devido crédito a todos os detentores de direitos autorais de qualquer material utilizado neste livro, dispondo-se a possíveis acertos posteriores caso, inadvertida e involuntariamente, a identificação de algum deles tenha sido omitida.
- **Atendimento ao cliente: (11) 5080-0751 | faleconosco@grupogen.com.br**
- Direitos exclusivos para a língua portuguesa
Copyright © 2022 by
Editora Atlas Ltda.
Uma editora integrante do GEN | Grupo Editorial Nacional
Al. Arapoema, 659, sala 05, Tamboré
Barueri SP – 06460-080
www.grupogen.com.br
- Reservados todos os direitos. É proibida a duplicação ou reprodução deste volume, no todo ou em parte, em quaisquer formas ou por quaisquer meios (eletrônico, mecânico, gravação, fotocópia, distribuição pela Internet ou outros), sem permissão, por escrito, da Editora Atlas Ltda.
- Capa: Fabricio Vale
- **CIP – BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE.**
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ.

Cavaliere Filho, Sergio

Programa de direito do consumidor / Sergio Cavaliere Filho. – 6. ed. – Barueri [SP]: Atlas, 2022.

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5977-245-2

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

22-75952

CDU: 34:366.542(81)

Meri Gleice Rodrigues de Souza Bibliotecária – CRB-7/6439



Respeite o direito autoral!

SUMÁRIO

Capítulo I – O DIREITO DO CONSUMIDOR: ORIGENS E FINALIDADE.....	1
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	5
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
Capítulo II – O CÓDIGO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	9
8 A defesa do consumidor – Imperativo constitucional do Estado e direito fundamental do consumidor	9
9 Campo de aplicação do Código de Defesa do Consumidor	12
9.1 Código do Consumidor ou microsistema?.....	14
9.1.1 Lei principiológica – normas de sobredireito.....	15
9.1.2 A natureza de lei especial do Código do Consumidor.....	18
9.2 As Convenções de Varsóvia, de Montreal e o Código do Consumidor	19
9.3 O atual posicionamento do Supremo Tribunal Federal	24
9.4 Considerações sobre o atual entendimento do STF	27
10 Objetivo do Código do Consumidor – art. 4º	36
11 O Código do Consumidor e o Código Civil.....	38
Capítulo III – PRINCÍPIOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	43
12 Lei principiológica.....	43
13 Princípios e regras	43

14	Papel dos princípios	46
15	Cláusulas gerais e conceitos indeterminados.....	48
16	O princípio da boa-fé.....	51
16.1	Funções da boa-fé.....	53
17	O princípio da transparência	57
18	O princípio da confiança	58
19	O princípio da vulnerabilidade.....	60
19.1	Espécies de vulnerabilidade	62
20	O princípio da equidade	67
20.1	Conceito multissignificativo.....	68
20.2	Funções da equidade.....	68
20.2.1	Equidade valor.....	68
20.2.2	Equidade integrativa.....	70
20.2.3	Equidade corretiva.....	71
20.3	Limites ao emprego da equidade	72
21	O princípio da segurança	73
22	Conclusão	75
Capítulo IV – A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO E SEUS ELEMENTOS.....		77
23	Relação jurídica	77
24	Elementos da relação de consumo: classificação.....	80
25	Consumidor: destinatário da proteção jurídica. Correntes maximalista (objetiva) e finalista (subjativa)	80
25.1	Corrente finalista (subjativa) mitigada ou aprofundada	83
26	A posição do Superior Tribunal de Justiça.....	84
27	Características marcantes do consumidor	90
28	A pessoa jurídica como consumidora. Teoria finalista mitigada ou aprofundada	91
28.1	Consumidor por equiparação	93
29	Fornecedor	97
30	Entes despersonalizados	98
31	Objeto da relação de consumo: produtos e serviços.....	98
31.1	Produtos. Classificação. Produtos materiais e imateriais. Produtos móveis e imóveis. Produtos duráveis e não duráveis.....	99
31.2	Serviços. Serviços remunerados, aparentemente gratuitos e puramente gratuitos.....	100
32	Serviços públicos	102
32.1	Serviços públicos essenciais – princípios da adequação e da continuidade.....	105

32.2	Interrupção do fornecimento do serviço público	105
32.3	A posição do STJ.....	107
33	Serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários.....	109
Capítulo V – DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR		113
34	A personalização do consumidor.....	113
35	Direitos básicos.....	114
36	O art. 6º do CDC	115
37	Proteção da incolumidade física do consumidor: direito à segurança – art. 6º, I.....	116
38	Direito à educação para o consumo – art. 6º, II	117
39	Direito à informação – art. 6º, III.....	119
39.1	Direito à informação e o dever de informar	120
39.2	Limites do dever de informar.....	122
40	O controle da publicidade – art. 6º, IV, primeira parte	123
41	Proteção contra as práticas e cláusulas abusivas – art. 6º, IV, parte final.....	125
42	O equilíbrio na relação jurídica de consumo: a proteção contratual.....	126
42.1	Modificação e revisão de cláusulas contratuais: a lesão enorme e a quebra da base do negócio jurídico – art. 6º, V	126
43	Efetivas prevenção e reparação de danos – art. 6º, VI.....	127
44	Facilitação do acesso à justiça e à administração – art. 6º, VII	129
45	Facilitação da defesa dos interesses dos consumidores – art. 6º, VIII.....	129
46	A inversão do ônus da prova.....	130
47	Direito à prestação adequada e eficaz dos serviços públicos em geral – art. 6º, X	132
47.1	Direitos à garantia de práticas de crédito responsável e à preservação do mínimo existencial	133
48	Outros direitos – art. 7º do CDC.....	133
Capítulo VI – O CONTRATO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....		135
49	A nova concepção de contrato.....	135
49.1	Contrato de Consumo.....	139
49.2	Neutralidade de conteúdo × orientação de conteúdo.....	141
49.3	Abordagem estática × abordagem dinâmica.....	141
49.4	Antagonismo × cooperação	142
49.5	Atomismo (individualismo) × coletivismo	142
49.6	Abordagem abstrata × abordagem voltada para a pessoa	143
50	Intervencionismo do Estado. Dirigismo legislativo e administrativo	144
51	Dirigismo judicial.....	146
52	Modificação e revisão de cláusulas contratuais. Institutos afins no Código Civil	147

Capítulo VII – A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR – FASE PRÉ-CONTRATUAL	157
53 O duplo regime contratual: cível e consumerista	157
54 Fase pré-contratual	159
55 A publicidade	159
55.1 Liberdade de expressão publicitária?	161
56 Publicidade e propaganda	162
57 Publicidade e informação	162
58 Princípio da identificação da publicidade	163
59 Princípio da vinculação contratual da publicidade	163
60 Princípio da inversão do ônus da prova	164
61 Princípio da transparência da fundamentação da publicidade	165
62 Publicidade enganosa e princípio da veracidade	165
63 Tipos de publicidade enganosa	167
64 Enganosidade potencial	168
65 Consumidor típico	169
66 Publicidade abusiva	170
66.1 Publicidade de produtos, serviços e práticas nocivas à saúde e ao meio ambiente – tabaco e bebidas alcoólicas	171
66.2 Responsabilidade pela publicidade enganosa ou abusiva	173
66.3 Erro ou engano na publicidade	175
67 A oferta	177
67.1 A oferta integra o contrato – princípio da vinculação	179
68 Práticas abusivas	180
Capítulo VIII – A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR NA FASE DA FORMAÇÃO DO CONTRATO	183
69 A contratação padronizada	183
70 Disciplina dos contratos de adesão	183
71 Conceito de contrato de adesão	184
72 O art. 46 do CDC	185
73 Interpretação dos contratos de adesão – art. 47 do CDC	187
74 Direito de arrependimento do consumidor (art. 49). Prazo de reflexão	190
75 A garantia legal e a convencional	194
76 Práticas abusivas	202
Capítulo IX – A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR NA EXECUÇÃO DO CONTRATO E NA FASE PÓS-CONTRATUAL	207
77 Os dois momentos do CDC	207

78	Cláusulas abusivas e causas de revisão do contrato – distinção.....	207
79	Fundamento da abusividade.....	208
80	O abuso do direito e as cláusulas abusivas.....	209
81	A lista de cláusulas abusivas do art. 51.....	214
82	Sistematização das cláusulas abusivas.....	214
83	A cláusula de não indenizar.....	214
84	Campo de aplicação da cláusula de não indenizar.....	215
85	Limitações legais.....	216
86	Cláusula limitativa da indenização.....	218
87	Limitação de indenização para pessoa jurídica.....	218
88	Cláusula de não indenizar e cláusula limitativa de direito. Distinção.....	219
89	A cláusula geral do inciso IV do art. 51. Núcleo do conceito de abusividade.....	221
90	Cláusula abusiva por vantagem exagerada e a lesão.....	222
91	Vantagem exagerada.....	224
92	Cláusulas que restringem direitos ou obrigações fundamentais.....	225
93	Onerosidade excessiva.....	226
94	Cláusula abusiva e prática abusiva.....	227
95	A boa-fé como instrumento de controle de cláusulas contratuais abusivas...	227
96	A equidade como instrumento de controle de abusividade de cláusulas contratuais.....	229
97	A proteção do consumidor contra as cláusulas abusivas.....	230
98	Preclusão e prescrição.....	231
99	O princípio da manutenção do contrato.....	231
100	A modificação do contrato.....	232
101	A proteção pós-contratual do consumidor.....	232
	101.1 Práticas abusivas.....	234
	101.2 Uso abusivo dos bancos de dados.....	234
	101.2.1 Banco de dados positivo.....	243
	101.3 Cobrança vexatória.....	244
	101.4 Cobrança indevida – repetição do indébito.....	245

Capítulo X – CONTRATOS SUBMETIDOS À DISCIPLINA DO CÓDIGO DO CONSUMIDOR.....	251
102 Conceito de contrato de consumo.....	251
103 O novo regime do CDC.....	252
104 Contratos bancários.....	253
105 A posição do Superior Tribunal de Justiça sobre várias questões.....	259
106 Cartão de crédito.....	265
107 Arrendamento mercantil (<i>leasing</i>).....	275

108	Questões controvertidas	276
109	Contrato de seguro.....	280
	109.1 Conceito e finalidade do seguro	280
110	O risco é o elemento material do seguro.....	282
	110.1 Risco objetivo e risco subjetivo.....	282
111	Mutualismo – o elemento econômico do seguro	283
112	Boa-fé – alma do seguro	283
113	Espécies de seguro.....	284
	113.1 Seguro de coisas	285
	113.2 Seguro de pessoas	285
	113.3 Seguro de saúde	286
	113.4 Seguro de responsabilidade civil.....	292
114	Incidência do CDC nos contratos de seguro	294
115	Princípios do CDC aplicáveis ao seguro – boa-fé	294
	115.1 O princípio da transparência	297
	115.2 Cláusulas abusivas e cláusulas limitativas de direito do consumidor no seguro.....	298
	115.3 Mora e inadimplemento do segurado.....	302
116	Transporte coletivo.....	304
	116.1 Relevância social e econômica do contrato de transporte	304
117	Características do contrato de transporte	304
118	Incidência do Código do Consumidor no transporte coletivo	305
119	Princípio da segurança.....	306
120	Princípio da indenização integral.....	307
121	Contratos de prestação de serviços públicos	309
122	Serviços públicos essenciais – princípios da adequação e da continuidade... ..	311
123	Interrupção do fornecimento do serviço público	312
124	A posição do STJ.....	313
125	Contratos imobiliários	315
126	Contrato de incorporação imobiliária.....	315
	126.1 Obrigação do incorporador.....	316
127	Incidência do Código do Consumidor	317
128	Incidência do Código do Consumidor na fase pré-contratual da incorpora- ção.....	318
129	Incidência do Código do Consumidor na fase contratual da incorporação	319
130	Incidência do Código do Consumidor quanto à segurança da obra.....	320
	130.1 Solidariedade entre incorporador e construtor	322
131	Incidência do Código do Consumidor quanto à qualidade da obra	323
132	As conclusões do 4º Congresso Brasileiro do Consumidor/BRASILCON.....	326

133	Hipoteca constituída sobre imóvel já prometido à venda e quitado – invalidade	327
134	A cláusula de decaimento	328
134.1	Cobrança de juros durante a construção do imóvel	329
135	Contrato de locação	332
136	Relação entre condomínio e condôminos	332
137	Contratos eletrônicos	332
138	Legislação aplicável	335
139	Prazo de arrendimento	336
Capítulo XI – A RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO...		337
140	A problemática dos acidentes de consumo	337
141	Fundamento da responsabilidade do fornecedor – o risco do empreendimento ou da atividade empresarial	339
142	A sistemática do Código	339
142.1	Defeito e vício – distinção	340
143	Fato do produto – acidente de consumo	340
144	O que é defeito?	342
144.1	Tipos de defeitos	342
145	O dever de segurança	343
145.1	A noção de segurança	343
146	O nexos causal entre o defeito e o dano	345
147	Risco inerente e risco adquirido – distinção	347
147.1	Produto perigoso e produto defeituoso	348
147.2	Risco permitido e defeito	349
147.3	Defeito de informação e o dever de informar	349
147.4	Limites do dever de informar	351
148	Os responsáveis	352
149	A solidariedade passiva no Código de Defesa do Consumidor	353
149.1	A solidariedade passiva na responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço	354
149.2	A solidariedade passiva nos serviços complexos, produzidos por cadeia de fornecedores	355
150	Responsabilidade subsidiária do comerciante	361
151	Fato do serviço	361
152	Excludentes de responsabilidade do fornecedor	366
153	O risco do desenvolvimento	373
154	Inversão do ônus da prova <i>ope legis</i>	375
155	Responsabilidade dos profissionais liberais	376

155.1	Sociedades empresárias prestadoras de serviços não se enquadram na regra prescricional destinada aos profissionais liberais	378
156	Consumidor por equiparação.....	383
157	O direito de regresso	385
Capítulo XII – RESPONSABILIDADE PELO VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO...		387
158	Vício e defeito – distinção	387
159	Responsabilidade objetiva	387
160	Vício do produto e vício redibitório – distinção	388
161	Os responsáveis.....	388
162	Vício de qualidade	389
163	Mecanismos reparatórios	390
164	Dano <i>circa rem</i> e <i>extra rem</i>	392
165	Vício de quantidade.....	394
165.1	Vício conhecido	394
166	Vícios do serviço.....	394
Capítulo XIII – PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA NO CÓDIGO DO CONSUMIDOR		397
167	Prescrição e decadência – distinção.....	397
168	A sistemática do CDC.....	400
169	Prescrição	401
170	Causas que suspendem ou interrompem a prescrição	402
171	A prescrição no seguro	402
172	Decadência	403
172.1	Suspensão da decadência.....	407
Capítulo XIV – A DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO – TUTELA INDIVIDUAL...		411
173	Importância das garantias processuais	411
174	Competência pelo domicílio do consumidor	413
175	Tutela específica nas obrigações de fazer e não fazer.....	415
176	Vedação de denunciação da lide e um novo tipo de chamamento ao processo	416
177	Inversão do ônus da prova.....	421
177.1	Ônus e obrigação – distinção.....	421
178	Repartição do ônus da prova	422
179	Ônus da prova no CDC	422
180	Inversão <i>ope judicis</i> . Pressupostos	423
181	Momento da inversão	426
182	Efeitos da inversão.....	428
183	Custeio de produção da prova	429
184	Inversão <i>ope legis</i>	431

185	Desconsideração da pessoa jurídica.....	433
185.1	O art. 28 do CDC.....	434
186	Desconsideração pela má administração.....	435
186.1	O § 5º do art. 28 do CDC. Divergências.....	435
187	As teorias maior e menor.....	436
188	Desconsideração inversa.....	438
189	Efeitos da desconsideração.....	439
Capítulo XV – A DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO – TUTELA COLETIVA.....		441
190	Interesses e direitos coletivos.....	441
191	Interesses e direitos difusos.....	444
192	Interesses ou direitos coletivos.....	445
193	Interesses ou direitos individuais homogêneos.....	446
194	O pedido como fator determinante dos interesses em demanda.....	447
195	Legitimação para as ações coletivas.....	448
195.1	Legitimação do Ministério Público.....	449
195.2	Legitimação dos entes políticos e dos órgãos da administração.....	453
195.3	Legitimação da Defensoria Pública.....	454
195.4	Legitimação das associações.....	456
196	Competência para as ações coletivas.....	457
197	A coisa julgada nas ações coletivas.....	460
197.1	Efeitos.....	460
197.2	Efeitos <i>erga omnes</i> nos direitos difusos.....	460
197.3	Efeitos <i>ultra partes</i> nos direitos coletivos.....	461
197.4	Efeitos <i>erga omnes</i> nos direitos individuais homogêneos.....	462
198	Aproveitamento da coisa julgada favorável da ação coletiva nas ações individuais.....	462
199	Liquidação e execução da sentença.....	463
199.1	O art. 100 do CDC.....	465
200	Inocorrência de litispendência.....	466
201	Limitação territorial dos efeitos das ações coletivas.....	467
202	Descabimento da assistência em causas coletivas.....	470
203	Custas processuais e honorários.....	471
204	A inversão do ônus da prova em ação coletiva.....	472
BIBLIOGRAFIA.....		475
ÍNDICE ALFABÉTICO-REMISSIVO.....		481