

Rizzatto Nunes

CURSO DE
DIREITO DO
CONSUMIDOR

13ª edição
2019

saraiva  jur

ISBN 978-85-53605-24-8

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
ANGÉLICA ILACQUA CRB-8/7057

Nunes, Rizzatto

Curso de direito do consumidor / Rizzatto Nunes. – 13. ed.
– São Paulo : Saraiva Educação, 2019.

1. Consumidores – Leis e legislação – Brasil 2. Consumidores – Proteção – Brasil I. Título.

Av. das Nações Unidas, 7.221, 1º andar, Setor B
Pinheiros – São Paulo – SP – CEP 05425-902
SAC | 0800-0117875
De 2ª a 6ª, das 8h às 18h
www.editorasaraiva.com.br/contato

18-1544

CDU 34:381.6(07)

Índices para catálogo sistemático:

- | | |
|--|--------------|
| 1. Consumidores : Direitos : Estudo e ensino | 34:381.6(07) |
| 2. Direito do consumidor : Estudo e ensino | 34:381.6(07) |

Diretoria executiva Flávia Alves Bravin
Diretoria editorial Renata Pascual Müller
Gerência editorial Roberto Navarro

Consultoria acadêmica Murilo Angeli Dias dos Santos

Edição Eveline Gonçalves Denardi (coord.)
Daniel Pavani Naveira

Produção editorial Ana Cristina Garcia (coord.)
Luciana Cordeiro Shirakawa
Rosana Peroni Fazolari

Arte e digital Mônica Landi (coord.)
Claudirene de Moura Santos Silva
Fernanda Matajs
Guilherme H. M. Salvador
Tiago Dela Rosa
Verônica Pivisan Reis

Planejamento e processos Clarissa Boraschi Maria (coord.)
Juliana Bojczuk Fermino
Kelli Priscila Pinto
Marília Cordeiro
Fernando Penteado
Mônica Gonçalves Dias
Tatiana dos Santos Romão

Novos projetos Fernando Alves**Diagramação** Claudirene de Moura Santos Silva

Revisão Denise Pisaneschi
Ivone Rufino Calabria

Capa Tiago Dela Rosa

Produção gráfica Marli Rampim
Sergio Luiz Pereira Lopes

Impressão e acabamento Gráfica Paym**Data de fechamento da edição: 1º-10-2018**Dúvidas? Acesse www.editorasaraiva.com.br/direito

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida por qualquer meio ou forma sem a prévia autorização da Editora Saraiva. A violação dos direitos autorais é crime estabelecido na Lei n. 9.610/98 e punido pelo art. 184 do Código Penal.

CL 605397 CAE 630822

SUMÁRIO

1. Pressupostos fundamentais.....	39
1.1. Aspectos históricos.....	40
1.2. A Constituição Federal brasileira de 1988.....	44
2. Princípios e normas constitucionais.....	46
2.1. Os princípios constitucionais.....	47
2.2. As normas constitucionais.....	50
2.3. A interpretação do sistema jurídico.....	50
2.4. Exercícios.....	53
3. Os princípios constitucionais de proteção ao consumidor.....	54
3.1. Soberania.....	55
3.1.1. A autodeterminação.....	55
3.1.2. Os tratados internacionais.....	57
3.1.2.1. Elaboração.....	57
3.1.2.2. Monismo e dualismo.....	59
3.1.2.3. A recepção na ordem jurídica nacional.....	59
3.1.2.4. A posição hierárquica no sistema jurídico.....	60
3.2. Dignidade da pessoa humana.....	62
3.2.1. Princípio fundamental.....	62
3.2.2. Piso vital mínimo.....	63
3.2.3. Dignidade: valor preenchido.....	63
3.3. Liberdade.....	64
3.4. Justiça.....	67
3.4.1. Justiça real.....	67
3.4.2. Justiça como fundamento do ordenamento jurídico e equidade.....	69
3.4.3. Pobreza.....	70
3.5. Solidariedade.....	70
3.6. Isonomia.....	71
3.6.1. Igualdade de todos.....	71

3.6.2. O turista	75
3.7. Direito à vida	78
3.8. Direito à intimidade, vida privada, honra e imagem	79
3.8.1. Intimidade e vida privada	80
3.8.2. Honra.....	88
3.8.3. Imagem.....	89
3.8.4. Pessoa jurídica.....	92
3.9. Informação.....	94
3.9.1. O direito de informar.....	95
3.9.2. O direito de se informar	96
3.9.3. O direito de ser informado	97
3.10. Princípios gerais da atividade econômica	99
3.11. Princípio da eficiência.....	106
3.12. Publicidade.....	107
3.12.1. Publicidade ou propaganda?.....	107
3.12.2. Publicidade e produção.....	108
3.12.3. Publicidade e verdade	109
3.13. Exercícios.....	109
4. O Código de Defesa do Consumidor.....	111
4.1. Lei principiológica.....	111
4.2. Pressupostos para a interpretação do CDC.....	113
4.3. Exercício	117
5. A relação jurídica de consumo	118
5.1. Conceito de consumidor	118
5.1.1. Questão preliminar	118
5.1.2. Destinatário final	119
5.1.3. Caso exemplar	125
5.1.4. Pessoa jurídica — destinatária final	127
5.1.5. Resumo e conclusão	130
5.1.6. A coletividade de pessoas.....	131
5.1.7. Vítimas do evento	131
5.1.8. Todas as pessoas estão expostas às práticas comerciais	132
5.2. Conceito de fornecedor.....	133
5.2.1. Sem exclusão.....	133
5.2.2. A atividade e a relação jurídica de consumo.....	133
5.2.3. Qualquer pessoa jurídica	134
5.2.4. Ente despersonalizado	135

5.2.5. Pessoa física	136
5.2.6. Fornecedor é gênero	137
5.3. Conceito de produto.....	137
5.3.1. Produto móvel ou imóvel	138
5.3.2. Produto material ou imaterial	138
5.3.3. Produto durável	139
5.3.4. Produto “não durável”	140
5.3.5. Produto gratuito ou “amostra grátis”	141
5.4. Conceito de serviço	142
5.4.1. Serviço bancário, financeiro, de crédito, securi- tário etc.....	142
5.4.2. Atividade	147
5.4.3. Serviço durável e não durável	147
5.4.4. Não se vende produto sem serviço	148
5.4.5. O serviço sem remuneração	148
5.5. Os serviços públicos	149
5.5.1. Serviço público prestado direta ou indiretamente	150
5.5.2. Eficiência.....	150
5.5.3. Serviço essencial contínuo	154
5.5.3.1. Serviço essencial	154
5.5.3.2. Interrupção.....	156
5.5.3.3. Inadimplência do consumidor	156
5.5.3.4. Garantia constitucional	160
5.5.3.5. Preço	160
5.5.3.6. Serviço público: serviço ou produto?....	164
5.5.3.7. Consumidor ou contribuinte?	165
5.5.3.8. Responsabilidade do prestador do ser- viço público	167
5.6. A relação jurídica.....	168
5.7. Exercícios	169
6. Os princípios da Lei n. 8.078/90 e os direitos básicos do con- sumidor.....	174
6.1. Dignidade.....	174
6.2. Proteção à vida, saúde e segurança.....	174
6.3. Proteção e necessidade	175
6.4. Transparência.....	176
6.5. Harmonia	176
6.6. Vulnerabilidade.....	176

6.7. Liberdade de escolha	177
6.8. Intervenção do Estado	177
6.9. A boa-fé	178
6.9.1. Boa-fé objetiva	178
6.9.2. Boa-fé como princípio.....	179
6.9.3. O equilíbrio	182
6.10. Igualdade nas contratações	183
6.11. Dever de informar	183
6.12. Proteção contra publicidade enganosa ou abusiva.....	185
6.13. Proibição de práticas abusivas	186
6.14. Proibição de cláusulas abusivas	188
6.15. Princípio da conservação	188
6.16. Modificação das cláusulas que estabeleçam prestações desproporcionais.....	189
6.17. Direito de revisão.....	189
6.18. Prevenção e reparação de danos materiais e morais.....	191
6.18.1. Proibição do tarifamento	191
6.18.2. Prevenção.....	191
6.18.3. Reparação integral	192
6.18.4. Direitos individuais, coletivos e difusos	192
6.19. Acesso à Justiça.....	192
6.19.1. A assistência judiciária	193
6.19.2. A confusão entre “assistência judiciária” e “assis- tência jurídica”	195
6.19.3. Dois dispositivos diversos.....	198
6.20. Adequada e eficaz prestação de serviços públicos.....	198
6.21. Responsabilidade solidária.....	199
6.22. Exercícios.....	200
7. Qualidade e segurança dos produtos e serviços	202
7.1. Problemas com a redação da Lei Consumerista	202
7.2. Riscos à saúde ou segurança.....	202
7.3. Risco normal e previsível	203
7.4. Informações necessárias e adequadas.....	204
7.5. Proibição de fumar.....	205
7.6. Impressos.....	207
7.7. Potencialidade de nocividade e periculosidade	209
7.8. Informações cabais	210
7.9. Responsabilidade objetiva	211

7.10. Exercícios	212
8. O “recall”	213
8.1. Modos de efetuar o “recall”	213
8.2. E se o consumidor não for encontrado?.....	214
8.3. Exercícios	214
9. A teoria do risco do negócio: a base da responsabilidade objetiva	216
9.1. Os negócios implicam risco.....	216
9.2. Risco/custo/benefício.....	217
9.3. Produção em série.....	218
9.4. Característica da produção em série: vício e defeito	218
9.5. O CDC controla o resultado da produção.....	219
9.6. A receita e o patrimônio devem arcar com os prejuízos.....	220
9.7. Ausência de culpa.....	221
9.8. Fato do produto e do serviço	223
9.9. Exercícios	223
10. A responsabilidade civil objetiva	225
10.1. Reparação integral	225
10.2. Os consumidores equiparados.....	227
10.3. Exercício	228
11. Vício e defeito: distinção.....	229
11.1. Vício	229
11.2. Defeito.....	230
11.3. Exemplo n. 1	231
11.4. Exemplo n. 2	231
11.5. Exercícios.....	231
12. Os vícios dos produtos	233
12.1. Vício aparente.....	233
12.2. Vício oculto	233
12.3. Quem é o responsável	233
12.4. Produtos duráveis e não duráveis	235
12.5. Vício de qualidade.....	236
12.5.1. Equívoco	236
12.5.2. Solidariedade	236
12.5.3. O vício de qualidade	236

12.5.4. Rol exemplificativo.....	236
12.5.5. Publicidade e informação	237
12.5.6. Vício de qualidade: resumo.....	237
12.5.7. Exemplos relativos à letra “a”	238
12.5.8. Exemplos relativos à letra “b”	238
12.5.9. Exemplos relativos à letra “c”	239
12.5.10. Exemplos relativos à letra “d”	239
12.6. Uso e consumo.....	239
12.6.1. Prazo de validade	240
12.6.2. Produto “alterado”	241
12.6.3. Improriedade.....	241
12.6.4. Qualquer motivo	241
12.7. Variações decorrentes da natureza do produto	241
12.8. O problema do prazo para o saneamento do vício.....	242
12.8.1. Prazo de 30 dias	243
12.8.1.1. Problemas com o prazo	244
12.8.1.2. Como contar os 30 dias	246
12.8.2. Prazo de garantia	247
12.8.3. Desgaste do produto	248
12.8.4. Direitos do consumidor após os 30 dias	248
12.8.4.1. Proibição de oposição.....	249
12.8.4.2. Substituição do produto.....	249
12.8.4.3. Medida judicial.....	250
12.8.4.4. Restituição da quantia paga mais perdas e danos.....	252
12.8.4.5. Defesa do fornecedor	254
12.8.4.6. Abatimento proporcional do preço.....	255
12.8.4.7. Cumulação de alternativas.....	256
12.8.5. Escolha do fornecedor a ser acionado	256
12.9. Diminuição e aumento de prazo	257
12.9.1. O limite mínimo.....	257
12.9.2. O aumento do prazo.....	258
12.10. Garantias sem prazo.....	259
12.10.1. Uso imediato das prerrogativas.....	259
12.10.2. Quatro situações	260
12.10.3. Exemplos	260
12.10.4. Indenização.....	261
12.10.5. Produto essencial	262

12.11. Substituição do produto	262
12.11.1. Falta do produto	262
12.11.2. Escolha de outro produto	263
12.11.3. Pagamento a prazo	264
12.11.4. Produto de espécie, marca ou modelo diversos	265
12.11.5. Restituição da quantia, abatimento proporcio- nal do preço e indenização	266
12.12. Os produtos <i>in natura</i>	267
12.13. Os vícios de quantidade	268
12.13.1. Quem é o responsável	269
12.13.2. Solidariedade	269
12.13.3. Defeito de quantidade	269
12.13.4. Produto durável e não durável	271
12.13.5. Equívoco	271
12.13.6. Vício de quantidade: <i>minus</i> do direito	272
12.13.7. Rol exemplificativo	272
12.13.8. Definição do vício de quantidade	273
12.13.9. Exemplos	273
12.13.10. Conflito de fontes	275
12.13.11. Menor quantidade, mas sem vício	276
12.13.12. Sem prazo	277
12.13.13. Escolha do consumidor	278
12.13.14. Abatimento proporcional do preço	278
12.13.15. Complementação do peso ou medida	278
12.13.16. Substituição do produto	279
12.13.16.1. Falta do produto	279
12.13.16.2. Escolha de outro produto	280
12.13.16.3. Pagamento a prazo	281
12.13.16.4. Produto de espécie, marca ou modelo diversos	282
12.13.16.5. Abatimento proporcional do preço	283
12.13.17. Restituição da quantia paga e indenização	284
12.13.18. Defesa do fornecedor	286
12.13.19. Fornecedor imediato	288
12.14. Exercícios	289
13. Os vícios dos serviços	290
13.1. Vícios de qualidade e também de quantidade	290

13.2. Quem é o responsável	290
13.3. Prestador do serviço.....	291
13.4. Solidariedade.....	291
13.5. Serviços duráveis e não duráveis	294
13.6. Vícios de qualidade dos serviços.....	295
13.6.1. Distinção entre impróprio ou inadequado	295
13.6.2. Serviços “impróprios ou inadequados”	296
13.6.3. Definição provisória	296
13.6.3.1. Exemplos relativos à letra “a”	297
13.6.3.2. Exemplos relativos à letra “b”	298
13.6.3.3. Exemplos relativos à letra “c”	298
13.6.3.4. Exemplos relativos à letra “d”	298
13.6.4. Consumir e usar	299
13.6.5. Definição	300
13.6.6. Vício aparente	300
13.6.7. Vício oculto.....	300
13.7. Expectativa do consumidor.....	301
13.8. Variações decorrentes da natureza do serviço.....	301
13.9. A cessação do problema.....	302
13.10. Escolha do consumidor	303
13.10.1. Reexecução quando possível	303
13.10.2. Reexecução parcial	304
13.10.3. Restituição imediata da quantia paga	305
13.10.4. Perdas e danos	306
13.10.4.1. Resumo.....	307
13.10.4.2. Ônus da prova e sua inversão	308
13.10.4.3. Defesa do prestador do serviço	309
13.11. Abatimento proporcional do preço.....	310
13.12. Reexecução via terceiros.....	311
13.13. Medidas judiciais	312
13.14. Os vícios de quantidade dos serviços.....	313
13.14.1. Definição de vício de quantidade do serviço....	314
13.14.2. Definição provisória	315
13.14.3. Definição	315
13.15. Fontes simultâneas dos vícios	316
13.16. Garantia.....	316
13.17. Perdas e danos.....	317
13.18. Defesa do prestador do serviço	318
13.19. Execução por terceiros.....	318

13.20. Medidas judiciais	318
13.21. Exercícios.....	318
14. O fato do produto: os acidentes de consumo/defeitos e sua responsabilidade	320
14.1. Acidente de consumo e fato do produto: os defeitos	320
14.2. O fato do produto	321
14.3. Quem é o responsável	321
14.4. O defeito.....	322
14.4.1. Oferta e publicidade causadoras do dano	323
14.4.2. Informação causadora do dano	324
14.5. Solidariedade.....	325
14.6. O comerciante	327
14.7. Produto nacional ou estrangeiro.....	327
14.8. O importador	327
14.9. Autorização governamental.....	328
14.10. A impropriedade do § 1º do art. 12 do CDC.....	328
14.10.1. Contradição.....	328
14.10.2. Uso e riscos razoáveis.....	329
14.10.3. Sem sentido.....	329
14.11. O § 2º está deslocado	329
14.12. Síntese gráfica	331
14.13. Desconstituição do nexo de causalidade	331
14.14. A prova do dano e do nexo de causalidade	331
14.15. Excludentes do nexo de causalidade.....	332
14.15.1. O advérbio “só”	333
14.15.2. Caso fortuito e força maior não excluem res- ponsabilidade	333
14.15.3. Caso fortuito interno e externo	334
14.15.4. Culpa exclusiva do consumidor.....	334
14.15.5. Culpa exclusiva de terceiro.....	334
14.16. Equívoco doutrinário.....	335
14.17. Desconstituição do direito do consumidor.....	336
14.18. Ilegitimidade de parte	336
14.19. A responsabilidade do comerciante	337
14.19.1. Controle da qualidade.....	337
14.19.2. Solidariedade	338
14.19.3. Se fabricante, construtor, produtor ou impor- tador “não puderem” ser identificados	338

14.19.4. “Sem identificação” do fabricante, produtor, construtor ou importador	339
14.19.5. Consequências	339
14.19.6. Conservação inadequada	339
14.19.7. Partição da indenização	342
14.19.8. Norma autônoma	342
14.19.9. Vedação da denúncia da lide	342
14.19.10. Síntese gráfica.....	343
14.20. Exercícios.....	343
15. O fato do serviço: os acidentes de consumo/defeitos e sua responsabilidade	345
15.1. Acidente de consumo e fato do serviço: os defeitos	345
15.2. O fato do serviço.....	346
15.3. Prestador do serviço.....	346
15.4. Distinção entre vício e defeito	346
15.4.1. Vícios	347
15.4.2. Defeito	348
15.4.3. Exemplo n. 1	348
15.4.4. Exemplo n. 2.....	350
15.5. O “fornecedor” do serviço é o responsável.....	351
15.6. Oferta e publicidade causadoras do dano.....	351
15.7. Informação causadora do dano	353
15.8. Solidariedade.....	354
15.8.1. Exemplo n. 1	355
15.8.2. Exemplo n. 2.....	356
15.9. Autorização governamental.....	358
15.10. Serviços com atenção normativa especial.....	358
15.11. A impropriedade do § 1º do art. 14.....	358
15.11.1. Contradição.....	359
15.11.2. Resultado e riscos razoáveis	359
15.11.3. Sem sentido.....	359
15.12. O § 2º do art. 14 está deslocado	360
15.13. Síntese gráfica.....	361
15.14. A desconstituição da responsabilidade.....	361
15.15. A prova do dano e do nexo de causalidade	362
15.16. Excludentes de responsabilização.....	363
15.16.1. O advérbio “só”	363
15.16.2. Caso fortuito e força maior não excluem a res- ponsabilidade	363

15.16.3. Caso fortuito interno e caso fortuito externo	364
15.16.3.1. O caso fortuito externo	365
15.16.3.2. O caso fortuito interno	366
15.16.3.3. O caso fortuito interno e externo na ação de terceiro	367
15.16.4. Culpa exclusiva do consumidor	367
15.16.5. Culpa exclusiva de terceiro.....	368
15.17. Desconstituição do direito do consumidor.....	370
15.18. Exercícios.....	371
16. Os danos materiais, morais, estéticos e à imagem e os critérios para a fixação da indenização correspondente	373
16.1. Dano material. Dano moral.....	373
16.2. O dano moral.....	374
16.3. Critérios para fixação da indenização do dano moral	377
16.4. Apontamentos sobre indenização do dano estético.....	393
16.5. O dano à imagem	396
16.6. Pessoa jurídica	398
16.7. Exercício	402
17. A responsabilidade dos profissionais liberais: culpa.....	403
17.1. Por que esse profissional foi excluído do sistema geral?	403
17.2. <i>Intuitu personae</i>	404
17.3. Atividade de meio	406
17.4. Prestação de serviço de massa?.....	407
17.5. Profissional liberal na pessoa jurídica.....	410
17.6. O que caracteriza o profissional liberal.....	412
17.7. Defeito e vício?.....	413
17.8. Conclusão.....	413
17.9. O ônus da prova	414
17.10. Exercícios.....	415
18. A prestação dos serviços de reparação	418
18.1. Prestador de serviços.....	418
18.2. Consertos.....	418
18.3. Componentes originais.....	419
18.4. Componente “original adequado” e novo	419
18.5. Especificações técnicas.....	420
18.6. Autorização em contrário do consumidor	420

18.7. Exercício	425
19. A garantia dos produtos e serviços.....	426
19.1. Prazo de garantia.....	426
19.1.1. Garantia legal.....	427
19.1.2. Produto ou serviço durável e não durável.....	427
19.1.3. Início da contagem do prazo.....	428
19.2. Vício de fácil constatação e vício oculto.....	429
19.3. Produtos usados	431
19.4. Oferta de garantia.....	434
19.5. O óbvio da qualidade, finalidade e adequação.....	434
19.6. “Vedada a exoneração do fornecedor”	435
19.7. A garantia contratual	436
19.7.1. Garantia complementar.....	436
19.7.2. Termo de garantia	439
19.7.3. Manual de instrução.....	439
19.8. Exercícios.....	440
20. Os prazos para reclamar, a decadência e a prescrição.....	442
20.1. O regime tradicional	442
20.2. Novo modelo.....	443
20.3. Vício de fácil constatação.....	444
20.4. Produto ou serviço durável e não durável	444
20.5. Início da contagem do prazo	445
20.6. A garantia contratual	445
20.6.1. Prazos legais e contratuais	445
20.6.2. Garantia complementar.....	446
20.7. A obstaculização da decadência.....	447
20.8. A reclamação do consumidor.....	450
20.8.1. Reclamação verbal e pessoal (letras “a” e “b”) ..	450
20.8.2. Reclamação feita na entidade de defesa do consumidor (letra “c”).....	453
20.8.3. Reclamação entregue a qual pessoa no fornecedor? (letra “d”).....	457
20.9. A instauração do inquérito civil	457
20.10. O vício oculto.....	458
20.11. A prescrição	459
20.12. Prazo de 5 anos ou mais.....	459
20.13. Início da contagem do prazo	461

20.14. As causas que impedem, suspendem ou interrompem a prescrição	462
20.15. Exercícios.....	465
21. A oferta: regime jurídico vinculante	466
21.1. Não confundir com o direito privado	466
21.2. As características da oferta	467
21.3. Informação e publicidade.....	468
21.4. Suficientemente precisa	469
21.5. Qualquer meio de comunicação.....	469
21.6. Produtos e serviços oferecidos ou apresentados	469
21.7. Integra o contrato: a vinculação	470
21.8. O erro na oferta	470
21.9. Oferta que não constou do contrato	474
21.10. O rol exemplificativo do art. 31	477
21.11. Elementos da oferta e apresentação	477
21.11.1. Elementos obrigatórios	478
21.11.2. Item “a.1”: “informações corretas”.....	478
21.11.3. Item “a.2”: “informações claras”	479
21.11.4. Item “a.3”: “informações precisas”	479
21.11.5. Item “a.4”: “informações ostensivas”	480
21.11.6. Destaque	480
21.11.7. Item “a.5”: “informações em língua portuguesa”	481
21.11.8. Item “a.6”: “de forma indelével”	484
21.11.9. Item “b.1”: “características”	484
21.11.10. Item “b.2”: “qualidade”	485
21.11.11. Item “b.3”: “quantidade”	485
21.11.12. Item “b.4”: “composição”	485
21.11.13. Item “b.5”: “preço”	486
21.11.13.1. Preço é sempre “à vista”	486
21.11.13.2. Preço visível	488
21.11.13.3. A esdrúxula Lei n. 13.455, de 26-6-2017	489
21.11.14. Item “b.6”: “garantia”	490
21.11.15. Item “b.7”: “prazo de validade”	490
21.11.16. Item “b.8”: “origem”.....	491
21.12. Não se deve confundir <i>diet</i> com <i>light</i>	492
21.13. Oferta por telefone, mala-direta etc.	493

21.14. Proibição de recusa do cumprimento da oferta.....	494
21.14.1. Oferta, apresentação ou publicidade.....	495
21.14.2. Alternativas do consumidor	495
21.14.3. Cumprimento forçado da oferta.....	496
21.14.4. Aceitação de outro produto ou serviço	497
21.14.5. Rescisão do contrato	498
21.15. Exercícios.....	499
22. A publicidade	501
22.1. Publicidade ou propaganda?	501
22.2. Publicidade e produção	502
22.3. Publicidade e verdade	503
22.4. Publicidade de tabaco, bebidas alcoólicas, medicamen- tos e terapias	504
22.4.1. Produtos fumígenos	504
22.4.2. Bebidas alcoólicas	507
22.4.3. Medicamentos e terapias	508
22.5. O Código Brasileiro de Autorregulamentação Publici- tária	508
22.5.1. Vinculação legal.....	508
22.5.1.1. Anúncio	509
22.5.1.2. Produto e serviço.....	509
22.5.1.3. Consumidor	509
22.5.2. Anúncio honesto e verdadeiro	509
22.5.2.1. Honesto.....	510
22.5.2.2. Verdadeiro.....	510
22.5.2.3. Objetivo	512
22.5.2.4. Transparência	512
22.5.3. Enganosidade.....	512
22.5.4. Respeitabilidade.....	513
22.5.4.1. Discriminação.....	513
22.5.4.2. Atividades ilegais.....	513
22.5.4.3. Decência	513
22.5.4.4. Intimidade.....	514
22.5.5. Medo, superstição e violência	514
22.5.6. Segurança e acidentes.....	514
22.5.7. Crianças e jovens	515
22.5.8. Meio ambiente	517
22.5.9. Patrimônio cultural	518

22.5.10. Linguagem	518
22.5.10.1. Vernáculo	518
22.5.10.2. Pronúncia.....	518
22.5.10.3. Calão.....	518
22.5.11. Publicidade comparativa.....	519
22.5.12. Testemunhais	519
22.5.12.1. Conceito	520
22.5.12.2. Testemunhal de especialista/perito..	521
22.5.12.3. Testemunhal de pessoa famosa.....	521
22.5.12.4. Testemunhal de pessoa comum ou consumidor	521
22.5.12.5. Atestado ou endosso	521
22.5.12.6. Normas relacionadas com a obtenção e validade dos testemunhais	522
22.5.12.7. Normas relacionadas com a divul- gação de testemunhos e atestados ...	522
22.5.13. <i>Teaser</i>	522
22.5.14. <i>Merchandising</i>	522
22.5.15. Peça jornalística.....	523
22.5.16. Identificação publicitária	523
22.5.17. Reconhecimento da influência do anúncio.....	524
22.5.18. Responsabilidade pelo anúncio	524
22.5.18.1. Responsabilidade solidária do anun- ciante e da agência	524
22.5.18.2. Responsabilidade solidária do veículo	524
22.5.18.3. Responsabilidade das pessoas físicas envolvidas.....	525
22.5.18.4. Origem do anúncio	525
22.5.19. Categorias especiais de anúncios.....	525
22.5.19.1. Bebidas alcoólicas	525
22.5.19.2. Educação, cursos, ensino.....	531
22.5.19.3. Venda e aluguel.....	532
22.5.19.4. Investimentos, empréstimos e mer- cado de capitais	534
22.5.19.5. Lojas e varejo	535
22.5.19.6. Produtos alimentícios	536
22.5.19.7. Médicos, dentistas, veterinários, par- teiras, massagistas, enfermeiros, ser-	

	viços hospitalares, paramédicos, para- -hospitalares, produtos protéticos, die- téticos, tratamentos e dietas	538
	22.5.19.8. Produtos farmacêuticos populares...	539
	22.5.19.9. Produtos de fumo.....	542
	22.5.19.10. Produtos inibidores do fumo	542
	22.5.19.11. Profissionais liberais.....	543
	22.5.19.12. Reembolso postal ou vendas pelo correio	543
	22.5.19.13. Turismo, viagens, excursões, hote- laria	544
	22.5.19.14. Veículos motorizados.....	544
	22.5.19.15. Armas de fogo	545
	22.6. Obrigação de fazer publicidade.....	546
	22.7. Exercícios.....	546
23.	A publicidade clandestina	547
	23.1. Proibição da publicidade clandestina.....	547
	23.2. A técnica do <i>merchandising</i>	547
	23.2.1. O tipo de <i>merchandising</i> proibido	548
	23.2.2. Enganosidade e abusividade	548
	23.2.3. Outras inserções indiretas, mas permitidas.....	551
	23.3. Exercício	551
24.	A publicidade enganosa	552
	24.1. Publicidade enganosa: efeito sobre o consumidor	552
	24.1.1. Ampla garantia.....	553
	24.1.2. O “chamariz”	553
	24.1.3. Informação “distorcida”	554
	24.2. Enganosidade x consumidor real	555
	24.3. Parâmetros para a aferição da enganosidade.....	555
	24.3.1. Julgamento do anúncio em si.....	555
	24.3.2. Ambiguidade.....	556
	24.3.3. Exagero	557
	24.3.4. Licença publicitária	558
	24.3.5. Liberdade de expressão na publicidade	560
	24.3.6. Enganosidade x publicidade comparativa	561
	24.3.7. Normas autorregulamentares	565
	24.4. Publicidade enganosa por omissão	566

24.5. Elemento subjetivo.....	568
24.6. Responsabilidade do fornecedor-anunciante, das agências e do veículo	568
24.6.1. Responsabilidade solidária	568
24.6.2. Responsabilidade solidária do anunciante e da agência	568
24.6.3. Responsabilidade solidária do veículo com o anunciante e a agência	569
24.7. Supressão e impedimento do anúncio enganoso.....	570
24.8. Contrapropaganda	571
24.8.1. Função	571
24.8.2. Conteúdo.....	572
24.8.3. Amplitude do meio	572
24.8.4. <i>Astreintes</i>	572
24.9. Exercícios.....	573
25. A publicidade abusiva	575
25.1. Publicidade abusiva: efeito sobre o consumidor	575
25.2. Respeitabilidade.....	577
25.3. Discriminação	577
25.4. Atividades ilegais	577
25.5. Decência.....	578
25.6. Intimidade	578
25.7. Medo, superstição e violência.....	578
25.8. Segurança e acidentes	578
25.9. Crianças e jovens	578
25.10. Meio ambiente	581
25.11. Patrimônio cultural.....	581
25.12. Abusividade × consumidor real.....	582
25.13. Parâmetros para a aferição da abusividade	583
25.13.1. Julgamento do anúncio em si.....	583
25.13.2. Ambiguidade.....	584
25.13.3. Exagero.....	584
25.13.4. Licença publicitária	585
25.14. Liberdade de expressão na publicidade	586
25.15. Abusividade × publicidade comparativa	588
25.16. Elemento subjetivo.....	589
25.17. Responsabilidade do fornecedor-anunciante, das agências e do veículo	589

25.17.1. Responsabilidade solidária	589
25.17.2. Responsabilidade solidária do anunciante e da agência	590
25.17.3. Responsabilidade solidária do veículo com o anunciante e a agência	590
25.18. Supressão e impedimento do anúncio abusivo.....	591
25.19. Contrapropaganda.....	592
25.19.1. Função	592
25.19.2. Conteúdo.....	593
25.19.3. Amplitude do meio	593
25.19.4. <i>Astreintes</i>	593
25.20. Exercícios.....	594
26. A prova da verdade e correção da publicidade.....	595
26.1. Exercícios.....	596
27. As práticas abusivas.....	600
27.1. O abuso do direito	600
27.2. Práticas abusivas em geral	601
27.3. Práticas abusivas objetivamente consideradas	602
27.4. Práticas abusivas pré, pós e contratuais	602
27.5. Rol exemplificativo	604
27.6. Venda casada	605
27.7. Recusa de atendimento	608
27.8. Entrega sem solicitação do consumidor.....	609
27.9. Excepcional vulnerabilidade	612
27.9.1. Idoso	613
27.9.1.1. Prioridade no atendimento	613
27.9.1.2. Direito à saúde.....	615
27.9.1.3. Descontos em ingressos	616
27.9.1.4. Serviços de transporte	617
27.9.1.5. Internação do idoso	619
27.9.1.6. Conclusão	620
27.10. Vantagem excessiva.....	620
27.11. Orçamento prévio.....	621
27.12. Informação depreciativa	622
27.13. Normas técnicas	623
27.14. Recusa da venda.....	625
27.15. Elevação de preços.....	626

27.16. Reajuste de preços.....	627
27.17. Falta de prazo.....	628
27.18. Exercícios.....	628
28. O orçamento.....	631
28.1. O vocábulo “prévio”.....	631
28.2. Itens obrigatórios.....	632
28.2.1. Valor da mão de obra.....	632
28.2.2. Preço dos materiais e dos equipamentos a serem empregados.....	632
28.2.3. Condições de pagamento.....	633
28.2.4. Datas do início e término do serviço.....	633
28.3. Prazo de validade.....	634
28.4. Vinculação do fornecedor.....	634
28.5. Fechamento do contrato.....	635
28.6. Serviços de terceiros.....	635
28.7. Cobrança do orçamento ou taxa de visita.....	635
28.8. Uso de peças originais e usadas.....	636
28.9. Práticas anteriores.....	636
28.10. Exercícios.....	636
29. A cobrança de dívidas.....	638
29.1. Conexão com o art. 71.....	638
29.2. Ação regular de cobrança.....	639
29.3. As ações proibidas.....	641
29.3.1. Ameaça.....	641
29.3.2. Coação.....	642
29.3.3. Constrangimento físico ou moral.....	642
29.3.4. Afirmções falsas, incorretas ou enganosas.....	643
29.3.5. Exposição ao ridículo.....	643
29.3.6. Interferência com trabalho, descanso ou lazer....	644
29.4. Repetição do indébito.....	644
29.4.1. Regra amena.....	645
29.4.2. Caracterização do direito a repetir.....	645
29.4.3. Engano justificável.....	646
29.4.4. Indenização por danos materiais e morais.....	646
29.4.5. O direito a repetição em dobro independe do meio de cobrança.....	647
29.4.6. Dados do fornecedor.....	648

29.5. Exercícios.....	649
30. Os bancos de dados e cadastros. Os serviços de proteção ao crédito. Cadastros negativo e positivo	650
30.1. O cadastro negativo.....	650
30.1.1. Amplitude da norma	651
30.1.2. Os serviços de proteção ao crédito	652
30.1.2.1. Requisitos para a negatização.....	652
30.1.2.2. Caráter público	653
30.1.2.3. O consumidor inadimplente	654
30.1.2.4. O direito do consumidor inadimplente	656
30.1.3. Linguagem e prazo	660
30.1.3.1. Linguagem compreensível.....	660
30.1.3.2. O prazo	661
30.1.4. Comunicação ao consumidor.....	662
30.1.5. O consumidor com deficiência	663
30.1.6. Correção dos dados inexatos	663
30.1.7. Caráter público	664
30.1.8. Tipos penais	664
30.1.9. Arquivo de reclamações contra o fornecedor	664
30.1.9.1. Lista de reclamações	665
30.1.9.2. Responsabilidade dos órgãos de defesa do consumidor	665
30.2. O cadastro positivo.....	666
30.2.1. As definições legais	666
30.2.1.1. Banco de dados.....	666
30.2.1.2. Gestor	666
30.2.1.3. Cadastrado	667
30.2.1.4. Fonte	667
30.2.1.5. Consultente	667
30.2.1.6. Anotação	667
30.2.1.7. Histórico de crédito	667
30.2.2. As informações a serem arquivadas.....	667
30.2.2.1. Objetivas.....	668
30.2.2.2. Claras.....	668
30.2.2.3. Verdadeiras	668
30.2.2.4. De fácil compreensão	668
30.2.3. Vedações	668
30.2.3.1. Informações excessivas	668

30.2.3.2. Informações sensíveis.....	669
30.2.4. Autorização prévia.....	669
30.2.5. Os direitos dos cadastrados.....	669
30.2.5.1. Cancelamento do cadastro.....	669
30.2.5.2. Acesso às informações	669
30.2.5.3. Impugnação dos dados	669
30.2.5.4. Compreendendo o risco.....	670
30.2.5.5. Informação prévia sobre o armazena- mento dos dados	670
30.2.5.6. Direito de revisão	670
30.2.5.7. Finalidade específica das informações	670
30.2.6. As obrigações dos gestores.....	670
30.2.7. As obrigações das fontes.....	671
30.2.8. A questão do compartilhamento	672
30.2.8.1. Autorização	672
30.2.8.2. Responsabilidade pelo compartilhamento	672
30.2.8.3. Responsabilidade do gestor originário	672
30.2.8.4. Cancelamento feito pelo gestor origi- nário.....	672
30.2.8.5. Identificação da fonte	673
30.2.8.6. Proibição de exclusividade	673
30.2.9. Prestadores de serviços essenciais e outros	673
30.2.10. Clientes de bancos e demais instituições finan- ceiras.....	673
30.2.11. Prazo máximo de arquivamento das informações	673
30.2.12. Acesso restrito aos dados arquivados	674
30.2.13. Responsabilidade objetiva e solidária.....	674
30.2.14. Fiscalização	674
30.3. Exercícios.....	674
31. A proteção contratual	677
31.1. Considerações iniciais.....	677
31.2. Princípios basilares dos contratos de consumo.....	677
31.2.1. Ausência de manifestação de vontade	677
31.2.2. Princípio da conservação	678
31.2.2.1. Modificação das cláusulas que estabe- leçam prestações desproporcionais	678
31.2.2.2. Direito de revisão	679
31.2.3. Princípio da boa-fé.....	680

31.2.3.1. Boa-fé objetiva e subjetiva	681
31.2.3.2. Boa-fé como princípio.....	683
31.2.3.3. Boa-fé como cláusula geral	683
31.2.3.4. Boa-fé e equidade.....	684
31.2.4. Princípio da equivalência.....	685
31.2.5. Princípio da igualdade	685
31.2.6. Dever de informar e princípio da transparência .	686
31.2.6.1. O dever de informar.....	686
31.2.6.2. O princípio da transparência	686
31.2.6.3. Conclusão	687
31.2.7. Vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor	687
31.2.8. Nenhuma forma de abuso do direito.....	688
31.2.8.1. Dever de cooperação	689
31.2.8.2. Dever de cuidado.....	689
31.2.9. Protecionismo	689
31.3. Exercício	690
32. As formas de contratação	691
32.1. Todas as formas.....	691
32.2. Contrato de adesão.....	691
32.3. Comportamento socialmente típico	692
32.4. Condições gerais ou cláusulas gerais.....	692
32.5. O comércio eletrônico.....	694
32.5.1. Direitos básicos.....	695
32.5.2. A oferta eletrônica	695
32.5.3. <i>Sites</i> de (vendas e) compras coletivas.....	695
32.5.4. Garantia de atendimento facilitado ao consumidor	696
32.6. Exercício	697
33. Os contratos de adesão.....	698
33.1. Conceito de contrato de adesão.....	699
33.2. Estipulações unilaterais do Poder Público	700
33.3. Formulário e inserção de cláusula.....	701
33.4. Resolução alternativa	701
33.5. Redação do contrato.....	702
33.5.1. Termos claros.....	703
33.5.2. Informações precisas	703
33.5.3. Caracteres ostensivos.....	703
33.5.4. Caracteres legíveis	706
33.6. Destaque.....	707

33.7. Contrato escrito ou verbal e comportamento socialmente típico	708
33.8. Veto	709
33.9. Exercício	710
34. Contratos: transparência, interpretação e vinculação pré-contratual.....	714
34.1. Princípio da transparência.....	714
34.2. Conhecimento prévio	715
34.3. Dificil compreensão	715
34.4. A interpretação	720
34.5. A vinculação pré-contratual	722
34.6. Exercício	724
35. Compras feitas fora do estabelecimento comercial (via web/ internet, telefone, correio etc.)	726
35.1. <i>Telos</i> legal	726
35.2. Prazo de reflexão ou arrependimento.....	728
35.3. Prazo maior do que 7 dias	729
35.4. Contagem do prazo	730
35.4.1. A forma de pagamento não interfere no prazo ..	730
35.5. A manifestação da desistência	731
35.6. O sentido de produto, serviço e contrato	732
35.7. Compra de imóveis	733
35.8. Efeito <i>ex tunc</i>	735
35.9. Sem despesas	735
35.10. Devolução do que foi pago	735
35.11. Solidariedade das administradoras de cartão de crédito, bancos e demais instituições financeiras	736
35.12. Exercício	738
36. As cláusulas abusivas	739
36.1. Nulidade absoluta.....	740
36.2. Imprescritibilidade	745
36.3. O conceito de “cláusula”	745
36.4. Rol exemplificativo	745
36.5. Cláusula de não indenizar	746
36.5.1. Proibição absoluta.....	746
36.5.2. Proibição relativa	747
36.6. Reembolso de quantia paga	749

36.7. Transferência de responsabilidade a terceiros.....	749
36.8. Obrigações iníquas e desvantagem exagerada	750
36.8.1. Presunção relativa.....	751
36.8.2. Princípios fundamentais	752
36.8.3. Ameaça do objeto ou do equilíbrio contratual...	753
36.8.4. Onerosidade excessiva para o consumidor	754
36.9. Cláusula geral da boa-fé e equidade	755
36.10. Ônus de prova: proibição da inversão.....	757
36.11. Arbitragem compulsória.....	757
36.12. Imposição de representante.....	759
36.13. Opção de conclusão do negócio.....	760
36.14. Alteração unilateral do preço	761
36.15. Cancelamento do contrato.....	762
36.16. Ressarcimento unilateral do custo da cobrança	763
36.17. Modificação unilateral do contrato	764
36.18. Violação de normas ambientais.....	764
36.19. Desacordo com o sistema de proteção ao consumidor	765
36.20. Renúncia à indenização por benfeitorias necessárias ..	766
36.21. Conservação do contrato.....	766
36.22. Representação ao Ministério Público.....	767
36.23. Vetos.....	768
36.24. Exercícios.....	771
37. Empréstimos e financiamentos.....	773
37.1. Todo tipo de contrato	773
37.2. Complemento do art. 46.....	774
37.3. Preço em moeda corrente nacional	774
37.4. Juros de mora	774
37.4.1. Lei da Usura revogada, em parte	775
37.4.2. Os juros de mora.....	776
37.4.3. A mora do pagamento de impostos devidos à Fazenda Nacional.....	777
37.4.4. Que é Selic?	777
37.4.5. Juros de mora, diz a lei, e não correção monetária	778
37.4.6. A taxa Selic e a correção de alguns tributos	779
37.4.7. Conclusão	780
37.5. Taxa efetiva	781
37.6. Acréscimos legais.....	785
37.7. Número e periodicidade das prestações.....	785

37.8. Total a pagar com e sem financiamento	785
37.9. Multa	786
37.10. Liquidação antecipada	786
37.11. Exercícios.....	787
38. Compra e venda com pagamento do preço mediante prestações	789
38.1. Cláusula abusiva.....	789
38.2. Perda total das parcelas	790
38.2.1. Fundamento	790
38.2.2. Pagamento em prestações	790
38.2.3. O regime do “Código Civil” de 1916	790
38.2.4. O problema da expressão “perda total das parcelas”	793
38.3. Alienação fiduciária	794
38.4. Sistema de consórcios	795
38.5. Contratos em moeda corrente nacional.....	796
38.6. Exercícios.....	797
39. A desconsideração da personalidade jurídica.....	799
39.1. Origem da possibilidade da desconsideração da personalidade jurídica	799
39.2. Dever do magistrado	801
39.3. “Desconsideração” e não “dissolução”	801
39.4. “Em detrimento do consumidor”	802
39.5. Elenco exemplificativo.....	802
39.6. Abuso “do” direito	802
39.7. Excesso de poder.....	803
39.8. Infração da lei e fato ou prática de ato ilícito.....	803
39.9. Violação dos estatutos ou contrato social.....	804
39.10. Má administração.....	804
39.11. Outras espécies de abusos	804
39.12. Os parceiros de negócios	806
39.13. No Código Civil de 2002	808
39.14. Exercícios.....	808
40. Aspectos processuais — o caráter coletivo da proteção processual do CDC	810
40.1. A defesa do consumidor em juízo	810
40.2. A proteção coletiva.....	810
40.3. Exercício	813
41. Os direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos	814

41.1. A Constituição Federal.....	814
41.2. O Código de Defesa do Consumidor	814
41.3. Direito ou interesse?	815
41.4. Os direitos difusos.....	815
41.4.1. Sujeito ativo indeterminado	815
41.4.2. Sujeito passivo	817
41.4.3. A relação jurídica.....	817
41.4.4. Objeto indivisível.....	817
41.4.5. Síntese gráfica.....	818
41.4.6. Exemplos	818
41.5. Os direitos coletivos.....	818
41.5.1. Sujeito ativo indeterminado, mas determinável.	818
41.5.2. Sujeito passivo	819
41.5.3. A relação jurídica.....	819
41.5.4. Objeto indivisível.....	819
41.5.5. Distinção dos direitos individuais homogêneos	819
41.5.6. Síntese gráfica.....	820
41.5.7. Exemplos	821
41.6. Os direitos individuais homogêneos	821
41.6.1. Sujeito ativo determinado e plural	821
41.6.2. Sujeito passivo	821
41.6.3. A relação jurídica.....	822
41.6.4. Objeto divisível.....	822
41.6.5. Espécie de direito coletivo.....	822
41.6.6. Síntese gráfica.....	823
41.6.7. Exemplos	823
41.7. Exercício	823
42. A legitimidade ativa para propositura de ações coletivas.....	826
42.1. A legitimação concorrente	826
42.2. Legitimação disjuntiva	827
42.3. Direitos difusos e coletivos: legitimação autônoma.....	827
42.4. Direitos individuais homogêneos: legitimação extraor- dinária	828
42.5. Personalidade judiciária	828
42.6. A legitimidade do Ministério Público	829
42.7. A legitimidade das associações civis	834
42.7.1. Fins institucionais	834
42.7.2. Autorização da assembleia.....	834

42.7.3. Constituição há um ano	835
42.7.4. Dispensa do requisito de constituição há um ano	836
42.8. Intervenção obrigatória do Ministério Público	836
42.9. Exercício	837
43. As ações judiciais	841
43.1. Garantia constitucional	841
43.2. Todas as espécies de ações	842
43.3. Exercício	842
44. Obrigações de fazer ou não fazer	843
44.1. Tutela específica ou providências que assegurem o resultado prático equivalente	844
44.2. Liminar	844
44.2.1. Fundamento relevante	844
44.2.2. Ineficácia do provimento final	845
44.2.3. Momento da concessão da liminar	848
44.3. <i>Astreinte</i>	848
44.3.1. O vocábulo	848
44.3.2. Função	849
44.3.3. Natureza	849
44.3.4. O caráter objetivo: confusão a ser evitada	850
44.3.5. O limite do <i>quantum</i>	851
44.3.6. Previsão legal	853
44.3.7. Ação principal sem valor econômico	855
44.3.8. Medida direta do juiz	855
44.3.9. Modificação das <i>astreintes</i> não viola a coisa julgada	857
44.3.10. O que acontece se a ação é julgada improcedente ou extinta sem resolução de mérito	858
44.3.11. Nas ações coletivas	860
44.4. Perdas e danos	861
44.5. Exercício	862
45. Custas, despesas e honorários nas ações coletivas	863
45.1. Acesso à Justiça	863
45.2. Liberação automática	863
45.3. Inversão do ônus da prova	863
45.4. Má-fé	864
45.4.1. Como caracterizar a má-fé	864

45.4.2. Responsabilização dos diretores da associação- -autora.....	865
45.4.3. Não há má-fé exclusiva.....	866
45.5. Exercício	866
46. Inversão do ônus da prova	867
46.1. Considerações iniciais.....	867
46.2. Critério do juiz	868
46.3. Verossimilhança das alegações	869
46.4. Hipossuficiência.....	870
46.5. Momento de inversão.....	871
46.6. O ônus econômico.....	873
46.7. Exercícios.....	875
47. A competência.....	877
47.1. Ações coletivas para defesa dos direitos individuais ho- mogêneos, difusos e coletivos	877
47.2. A competência da Justiça Federal	878
47.3. Competência no dano de âmbito local	879
47.3.1. O equívoco.....	879
47.3.2. A solução do problema: local do dano ou domi- cílio do autor	880
47.4. Competência no dano de âmbito nacional ou regional ..	881
47.4.1. Capital do Estado ou Distrito Federal: como definir?.....	881
47.4.2. Como definir o chamado âmbito regional?	885
47.4.3. Competência no direito individual	887
47.5. Exercício	887
48. Da coisa julgada nas ações coletivas	888
48.1. Coisa julgada nas ações coletivas de proteção aos di- reitos difusos.....	888
48.1.1. Efeito <i>erga omnes</i>	888
48.1.2. Efeito da improcedência por insuficiência de provas.....	889
48.1.3. Relação com o direito individual do consumidor	889
48.2. Coisa julgada nas ações coletivas de proteção aos direi- tos coletivos	890
48.2.1. Efeito <i>ultra partes</i>	890
48.2.2. Efeito da improcedência por insuficiência de provas	890

48.2.3. Relação com o direito individual do consumidor.	891
48.3. Coisa julgada nas ações coletivas de proteção aos direitos individuais homogêneos	891
48.3.1. Efeito <i>erga omnes</i>	891
48.3.2. Efeito da improcedência por insuficiência de provas.....	892
48.3.3. Exercício do direito individual pelo consumidor-vítima ou seus sucessores.....	892
48.3.4. A amplitude da coisa julgada e o problema da extensão territorial	893
48.4. Exercício	895
49. Aspectos da litispendência e continência da ação coletiva com a ação individual.....	896
49.1. Litispendência.....	896
49.1.1. Efeitos especiais da sentença.....	896
49.1.2. Risco do consumidor depende da prova de sua ciência.....	897
49.2. Continência	898
49.3. Exercício	898
50. Denúnciação da lide, chamamento do processo e assistência.	899
50.1. Responsabilidade do comerciante.....	899
50.2. Denúnciação da lide	899
50.3. Chamamento ao processo	900
50.4. Assistência.....	901
50.5. Exercício	901
51. Liquidação de sentença nas ações coletivas	902
51.1. Liquidação e execução individual.....	903
51.2. Liquidação e execução pelos legitimados do art. 82.....	904
51.3. Ação individual: distribuição e custas.....	905
51.4. Exercício	907
<i>Referências</i>	909
<i>Índice Alfabético-Remissivo</i>	925