

SUMÁRIO

1. Pressupostos fundamentais	1
1.1. Aspectos históricos	2
1.2. A Constituição Federal brasileira de 1988	6
2. Princípios e normas constitucionais	8
2.1. Os princípios constitucionais	9
2.2. As normas constitucionais	12
2.3. A interpretação do sistema jurídico	12
2.4. Exercícios	15
3. Os princípios constitucionais de proteção ao consumidor.....	16
3.1. Soberania	17
3.1.1. A autodeterminação	17
3.1.2. Os tratados internacionais	19
3.1.2.1. Elaboração	19
3.1.2.2. Monismo e dualismo.....	21
3.1.2.3. A recepção na ordem jurídica nacional.....	21
3.1.2.4. A posição hierárquica no sistema jurídico.....	22
3.2. Dignidade da pessoa humana	24
3.2.1. Princípio fundamental	24
3.2.2. Piso vital mínimo	25
3.2.3. Dignidade: valor preenchido	25
3.3. Liberdade	26
3.4. Justiça	29
3.4.1. Justiça real	29

3.4.2. Justiça como fundamento do ordenamento jurídico e equidade	31
3.4.3. Pobreza	32
3.5. Solidariedade	32
3.6. Isonomia	33
3.6.1. Igualdade de todos	33
3.6.2. O turista	37
3.7. Direito à vida	40
3.8. Direito à intimidade, vida privada, honra e imagem	41
3.8.1. Intimidade e vida privada	42
3.8.2. Honra	43
3.8.3. Imagem	44
3.8.4. Pessoa jurídica	47
3.9. Informação	49
3.9.1. O direito de informar	49
3.9.2. O direito de se informar	51
3.9.3. O direito de ser informado	52
3.10. Princípios gerais da atividade econômica	53
3.11. Princípio da eficiência	60
3.12. Publicidade	60
3.12.1. Publicidade ou propaganda?	60
3.12.2. Publicidade e produção	62
3.12.3. Publicidade e verdade	62
3.13. Exercícios	63
4. O Código de Defesa do Consumidor	65
4.1. Lei principiológica	65
4.2. Pressupostos para a interpretação do CDC	67
4.3. Exercício	70
5. A relação jurídica de consumo.....	71
5.1. Conceito de consumidor	71
5.1.1. Questão preliminar	71
5.1.2. Destinatário final	72

5.1.3. Caso exemplar	78
5.1.4. Pessoa jurídica — destinatária final	80
5.1.5. Resumo e conclusão	83
5.1.6. A coletividade de pessoas	84
5.1.7. Vítimas do evento	84
5.1.8. Todas as pessoas estão expostas às práticas comerciais	85
5.2. Conceito de fornecedor.....	86
5.2.1. Sem exclusão	86
5.2.2. A atividade e a relação jurídica de consumo	86
5.2.3. Qualquer pessoa jurídica	87
5.2.4. Ente despersonalizado	88
5.2.5. Pessoa física	89
5.2.6. Fornecedor é gênero	90
5.3. Conceito de produto.....	90
5.3.1. Produto móvel ou imóvel	91
5.3.2. Produto material ou imaterial	91
5.3.3. Produto durável	92
5.3.4. Produto “não durável”	93
5.3.5. Produto gratuito ou “amostra grátis”	94
5.4. Conceito de serviço	95
5.4.1. Serviço bancário, financeiro, de crédito, securitário etc.	95
5.4.2. Atividade	100
5.4.3. Serviço durável e não durável	100
5.4.4. Não se vende produto sem serviço	101
5.4.5. O serviço sem remuneração	101
5.5. Os serviços públicos	102
5.5.1. Serviço público prestado direta ou indiretamente	103
5.5.2. Eficiência	104
5.5.3. Serviço essencial contínuo	107
5.5.3.1. Serviço essencial	107

5.5.3.2. Interrupção	109
5.5.3.3. Inadimplência do consumidor	109
5.5.3.4. Garantia constitucional	113
5.5.3.5. Preço	113
5.5.3.6. Serviço público: serviço ou produto?	117
5.5.3.7. Consumidor ou contribuinte?	118
5.5.3.8. Responsabilidade do prestador do serviço público	120
5.6. A relação jurídica	121
5.7. Exercícios	122
6. Os princípios da Lei n. 8.078/90 e os direitos básicos do con- sumidor	127
6.1. Dignidade	127
6.2. Proteção à vida, saúde e segurança	127
6.3. Proteção e necessidade	128
6.4. Transparência	129
6.5. Harmonia	129
6.6. Vulnerabilidade	129
6.7. Liberdade de escolha	130
6.8. Intervenção do Estado	130
6.9. A boa-fé	131
6.9.1. Boa-fé objetiva	131
6.9.2. Boa-fé como princípio	132
6.9.3. O equilíbrio	135
6.10. Igualdade nas contratações	136
6.11. Dever de informar	136
6.12. Proteção contra publicidade enganosa ou abusiva	137
6.13. Proibição de práticas abusivas	138
6.14. Proibição de cláusulas abusivas	140
6.15. Princípio da conservação	140
6.16. Modificação das cláusulas que estabeleçam presta- ções desproporcionais	140

6.17. Direito de revisão	141
6.18. Prevenção e reparação de danos materiais e morais	142
6.18.1. Proibição do tarifamento	142
6.18.2. Prevenção	143
6.18.3. Reparação integral	143
6.18.4. Direitos individuais, coletivos e difusos	143
6.19. Acesso à Justiça	144
6.19.1. Assistência judiciária	144
6.19.2. A confusão entre “assistência judiciária” e “assistência jurídica”	146
6.19.3. Dois dispositivos diversos	149
6.20. Adequada e eficaz prestação de serviços públicos	150
6.21. Responsabilidade solidária	150
6.22. Exercícios	151
7. Qualidade e segurança dos produtos e serviços	153
7.1. Problemas com a redação da Lei Consumerista	153
7.2. Riscos à saúde ou segurança	153
7.3. Risco normal e previsível	154
7.4. Informações necessárias e adequadas	155
7.5. Proibição de fumar	156
7.6. Impressos	158
7.7. Potencialidade de nocividade e periculosidade	159
7.8. Informações cabais	161
7.9. Responsabilidade objetiva	161
7.10. Exercícios	162
8. O <i>recall</i>	164
8.1. Modos de efetuar o <i>recall</i>	164
8.2. E se o consumidor não for encontrado?	165
8.3. Exercícios	165
9. A teoria do risco do negócio: a base da responsabilidade objetiva	167

9.1. Os negócios implicam risco	167
9.2. Risco/custo/benefício	168
9.3. Produção em série	169
9.4. Característica da produção em série: vício e defeito	169
9.5. O CDC controla o resultado da produção	170
9.6. A receita e o patrimônio devem arcar com os prejuízos ..	171
9.7. Ausência de culpa	172
9.8. Fato do produto e do serviço	173
9.9. Exercícios	174
10. A responsabilidade civil objetiva	176
10.1. Reparação integral	176
10.2. Os consumidores equiparados	178
10.3. Exercício	179
11. Vício e defeito: distinção	180
11.1. Vício	180
11.2. Defeito	181
11.3. Exemplo n. 1	182
11.4. Exemplo n. 2	182
11.5. Exercícios	182
12. Os vícios dos produtos	184
12.1. Vício aparente	184
12.2. Vício oculto	184
12.3. Quem é o responsável	184
12.4. Produtos duráveis e não duráveis	186
12.5. Vício de qualidade	187
12.5.1. Equívoco	187
12.5.2. Solidariedade	187
12.5.3. O vício de qualidade	187
12.5.4. Rol exemplificativo	187
12.5.5. Publicidade e informação	188
12.5.6. Vício de qualidade: resumo	188
12.5.7. Exemplos relativos à letra “a”	189

12.5.8.	Exemplos relativos à letra “b”	189
12.5.9.	Exemplos relativos à letra “c”	190
12.5.10.	Exemplos relativos à letra “d”	190
12.6.	Uso e consumo	190
12.6.1.	Prazo de validade	191
12.6.2.	Produto “alterado”	192
12.6.3.	Impropriedade	192
12.6.4.	Qualquer motivo	192
12.7.	Variações decorrentes da natureza do produto	192
12.8.	O problema do prazo para o saneamento do vício	193
12.8.1.	Prazo de 30 dias.	194
12.8.1.1.	Problemas com o prazo	195
12.8.1.2.	Como contar os 30 dias	197
12.8.2.	Prazo de garantia	198
12.8.3.	Desgaste do produto	199
12.8.4.	Direitos do consumidor após os 30 dias	200
12.8.4.1.	Proibição de oposição	200
12.8.4.2.	Substituição do produto	200
12.8.4.3.	Medida judicial	201
12.8.4.4.	Restituição da quantia paga mais perdas e danos	203
12.8.4.5.	Defesa do fornecedor	205
12.8.4.6.	Abatimento proporcional do preço	206
12.8.4.7.	Cumulação de alternativas	207
12.8.5.	Escolha do fornecedor a ser acionado	207
12.9.	Diminuição e aumento de prazo	208
12.9.1.	O limite mínimo	208
12.9.2.	O aumento do prazo	209
12.10.	Garantias sem prazo.....	210
12.10.1.	Uso imediato das prerrogativas	210
12.10.2.	Quatro situações	211
12.10.3.	Exemplos	211
12.10.4.	Indenização	212

12.10.5. Produto essencial	213
12.11. Substituição do produto	213
12.11.1. Falta do produto	213
12.11.2. Escolha de outro produto	214
12.11.3. Pagamento a prazo	215
12.11.4. Produto de espécie, marca ou modelo diversos	216
12.11.5. Restituição da quantia, abatimento proporcional do preço e indenização	217
12.12. Os produtos <i>in natura</i>	218
12.13. Os vícios de quantidade	219
12.13.1. Quem é o responsável	220
12.13.2. Solidariedade	220
12.13.3. Defeito de quantidade	220
12.13.4. Produto durável e não durável	222
12.13.5. Equívoco	222
12.13.6. Vício de quantidade: <i>minus</i> do direito	223
12.13.7. Rol exemplificativo	224
12.13.8. Definição do vício de quantidade	224
12.13.9. Exemplos	225
12.13.10. Conflito de fontes	227
12.13.11. Menor quantidade, mas sem vício	228
12.13.12. Sem prazo	229
12.13.13. Escolha do consumidor	229
12.13.14. Abatimento proporcional do preço	230
12.13.15. Complementação do peso ou medida	230
12.13.16. Substituição do produto	230
12.13.16.1. Falta do produto	231
12.13.16.2. Escolha de outro produto	232
12.13.16.3. Pagamento a prazo	232
12.13.16.4. Produto de espécie, marca ou modelo diversos	234

12.13.16.5. Abatimento proporcional do preço	234
12.13.17. Restituição da quantia paga e indenização ...	235
12.13.18. Defesa do fornecedor	238
12.13.19. Fornecedor imediato	239
12.14. Exercícios	240
13. Os vícios dos serviços	242
13.1. Vícios de qualidade e também de quantidade	242
13.2. Quem é o responsável	242
13.3. Prestador do serviço	243
13.4. Solidariedade	243
13.5. Serviços duráveis e não duráveis	246
13.6. Vícios de qualidade dos serviços	247
13.6.1. Distinção entre impróprio ou inadequado	247
13.6.2. Serviços “impróprios ou inadequados”	248
13.6.3. Definição provisória	248
13.6.3.1. Exemplos relativos à letra “a”	249
13.6.3.2. Exemplos relativos à letra “b”	250
13.6.3.3. Exemplos relativos à letra “c”	250
13.6.3.4. Exemplos relativos à letra “d”	250
13.6.4. Consumir e usar	251
13.6.5. Definição	252
13.6.6. Vício aparente	252
13.6.7. Vício oculto	252
13.7. Expectativa do consumidor	253
13.8. Variações decorrentes da natureza do serviço	253
13.9. A cessação do problema	254
13.10. Escolha do consumidor	255
13.10.1. Reexecução quando possível	255
13.10.2. Reexecução parcial	256
13.10.3. Restituição imediata da quantia paga	257
13.10.4. Perdas e danos	258

13.10.4.1. Resumo	259
13.10.4.2. Ônus da prova e sua inversão	260
13.10.4.3. Defesa do prestador do serviço	261
13.11. Abatimento proporcional do preço	262
13.12. Reexecução via terceiros	263
13.13. Medidas judiciais	264
13.14. Os vícios de quantidade dos serviços	265
13.14.1. Definição de vício de quantidade do serviço ...	266
13.14.2. Definição provisória	267
13.14.3. Definição	267
13.15. Fontes simultâneas dos vícios	268
13.16. Garantia	268
13.17. Perdas e danos	269
13.18. Defesa do prestador do serviço	270
13.19. Execução por terceiros	270
13.20. Medidas judiciais	270
13.21. Exercícios	270
14. O fato do produto: os acidentes de consumo/defeitos e sua responsabilidade.....	272
14.1. Acidente de consumo e fato do produto: os defeitos	272
14.2. O fato do produto	273
14.3. Quem é o responsável	273
14.4. O defeito	274
14.4.1. Oferta e publicidade causadoras do dano	275
14.4.2. Informação causadora do dano	276
14.5. Solidariedade	277
14.6. O comerciante	279
14.7. Produto nacional ou estrangeiro	279
14.8. O importador	279
14.9. Autorização governamental	280
14.10. A impropriedade do § 1º do art. 12 do CDC	280
14.10.1. Contradição	280

14.10.2. Uso e riscos razoáveis	281
14.10.3. Sem sentido	281
14.11. O § 2º está deslocado	281
14.12. Síntese gráfica	283
14.13. Desconstituição do nexos de causalidade	283
14.14. A prova do dano e do nexos de causalidade	283
14.15. Excludentes do nexos de causalidade	284
14.15.1. O advérbio “só”	285
14.15.2. Caso fortuito e força maior não excluem res- ponsabilidade	285
14.15.3. Culpa exclusiva do consumidor	285
14.15.4. Culpa exclusiva de terceiro	286
14.16. Equívoco doutrinário	286
14.17. Desconstituição do direito do consumidor	288
14.18. Ilegitimidade de parte	288
14.19. A responsabilidade do comerciante	289
14.19.1. Controle da qualidade	289
14.19.2. Solidariedade	289
14.19.3. Se fabricante, construtor, produtor ou importa- dor “não puderem” ser identificados	290
14.19.4. “Sem identificação” do fabricante, produtor, construtor ou importador	290
14.19.5. Conseqüências	291
14.19.6. Conservação inadequada	291
14.19.7. Partição da indenização	293
14.19.8. Norma autônoma	294
14.19.9. Vedação da denúncia da lide	294
14.19.10. Síntese gráfica	295
14.20. Exercícios	295
15. O fato do serviço: os acidentes de consumo/defeitos e sua responsabilidade	297
15.1. Acidente de consumo e fato do serviço: os defeitos	297
15.2. O fato do serviço	298

15.3.	Prestador do serviço.....	298
15.4.	Distinção entre vício e defeito	298
15.4.1.	Vícios	299
15.4.2.	Defeito.....	300
15.4.3.	Exemplo n. 1	300
15.4.4.	Exemplo n. 2	302
15.5.	O “fornecedor” do serviço é o responsável.....	303
15.6.	Oferta e publicidade causadoras do dano.....	303
15.7.	Informação causadora do dano	305
15.8.	Solidariedade.....	306
15.8.1.	Exemplo n. 1	307
15.8.2.	Exemplo n. 2	308
15.9.	Autorização governamental	310
15.10.	Serviços com atenção normativa especial.....	310
15.11.	A impropriedade do § 1º do art. 14.....	310
15.11.1.	Contradição.....	311
15.11.2.	Resultado e riscos razoáveis	311
15.11.3.	Sem sentido	311
15.12.	O § 2º do art. 14 está deslocado	312
15.13.	Síntese gráfica	313
15.14.	A desconstituição da responsabilidade	313
15.15.	A prova do dano e do nexó de causalidade	314
15.16.	Excludentes de responsabilização.....	315
15.16.1.	O advérbio “só”	315
15.16.2.	Caso fortuito e força maior não excluem a responsabilidade	315
15.16.3.	Culpa exclusiva do consumidor.....	316
15.16.4.	Culpa exclusiva de terceiro	316
15.17.	Desconstituição do direito do consumidor.....	318
15.18.	Exercícios.....	318
16.	Os danos materiais, morais, estéticos e à imagem e os crité- rios para a fixação da indenização correspondente	320

16.1. Dano material. Dano moral.....	320
16.2. O dano moral	321
16.3. Critérios para fixação da indenização do dano moral	324
16.4. Apontamentos sobre indenização do dano estético.....	340
16.5. O dano à imagem	343
16.6. Pessoa jurídica	345
16.7. Exercício	349
17. A responsabilidade dos profissionais liberais: culpa	350
17.1. Por que esse profissional foi excluído do sistema geral?	350
17.2. <i>Intuitu personae</i>	351
17.3. Atividade de meio	353
17.4. Prestação de serviço de massa?.....	354
17.5. Profissional liberal na pessoa jurídica	357
17.6. O que caracteriza o profissional liberal.....	359
17.7. Defeito e vício?	360
17.8. Conclusão	360
17.9. O ônus da prova.....	361
17.10. Exercícios.....	362
18. A prestação dos serviços de reparação	365
18.1. Prestador de serviços.....	365
18.2. Consertos.....	365
18.3. Componentes originais.....	366
18.4. Componente “original adequado” e novo	366
18.5. Especificações técnicas	367
18.6. Autorização em contrário do consumidor	367
18.7. Exercício	372
19. A garantia dos produtos e serviços	373
19.1. Prazo de garantia	373
19.1.1. Garantia legal	374
19.1.2. Produto ou serviço durável e não durável	374
19.1.3. Início da contagem do prazo	375

20.14. As causas que impedem, suspendem ou interrompem a prescrição	408
20.15. Exercícios.....	411
21. A oferta: regime jurídico vinculante	413
21.1. Não confundir com o direito privado	413
21.2. As características da oferta	414
21.3. Informação e publicidade.....	415
21.4. Suficientemente precisa.....	415
21.5. Qualquer meio de comunicação.....	416
21.6. Produtos e serviços oferecidos ou apresentados	416
21.7. Integra o contrato: a vinculação	416
21.8. O erro na oferta	417
21.9. Oferta que não constou do contrato	420
21.10. O rol exemplificativo do art. 31.....	423
21.11. Elementos da oferta e apresentação	424
21.11.1. Elementos obrigatórios	425
21.11.2. Item “a.1”: “informações corretas”	425
21.11.3. Item “a.2”: “informações claras”	426
21.11.4. Item “a.3”: “informações precisas”	426
21.11.5. Item “a.4”: “informações ostensivas”	427
21.11.6. Destaque	427
21.11.7. Item “a.5”: “informações em língua portuguesa”	428
21.11.8. Linguagem legível	430
21.11.9. Item “b.1”: “características”	431
21.11.10. Item “b.2”: “qualidade”	432
21.11.11. Item “b.3”: “quantidade”	432
21.11.12. Item “b.4”: “composição”.....	432
21.11.13. Item “b.5”: “preço”	432
21.11.13.1. Preço é sempre “à vista”	433
21.11.13.2. Preço visível.....	435
21.11.14. Item “b.6”: “garantia”	436

21.11.15. Item “b.7”: “prazo de validade”	437
21.11.16. Item “b.8”: “origem”	437
21.12. Não se deve confundir <i>diet</i> com <i>light</i>	438
21.13. Oferta por telefone, mala direta etc.....	439
21.14. Proibição de recusa do cumprimento da oferta.....	440
21.14.1. Oferta, apresentação ou publicidade	441
21.14.2. Alternativas do consumidor.....	441
21.14.3. Cumprimento forçado da oferta	441
21.14.4. Aceitação de outro produto ou serviço.....	443
21.14.5. Rescisão do contrato	444
21.15. Exercícios	445
22. A publicidade	446
22.1. Publicidade ou propaganda?	446
22.2. Publicidade e produção	447
22.3. Publicidade e verdade	448
22.4. Publicidade de tabaco, bebidas alcoólicas, medica- mentos e terapias.....	449
22.4.1. Produtos fumígenos	449
22.4.2. Bebidas alcoólicas.....	452
22.4.3. Medicamentos e terapias.....	453
22.5. O Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publi- citária.....	453
22.5.1. Vinculação legal	453
22.5.1.1. Anúncio	454
22.5.1.2. Produto e serviço.....	454
22.5.1.3. Consumidor	454
22.5.2. Anúncio honesto e verdadeiro.....	454
22.5.2.1. Honesto	455
22.5.2.2. Verdadeiro	455
22.5.2.3. Objetivo	457
22.5.2.4. Transparência	457
22.5.3. Enganosidade	457
22.5.4. Respeitabilidade	458

22.5.4.1. Discriminação	458
22.5.4.2. Atividades ilegais	458
22.5.4.3. Decência.....	458
22.5.4.4. Intimidade	459
22.5.5. Medo, superstição e violência.....	459
22.5.6. Segurança e acidentes	459
22.5.7. Crianças e jovens.....	460
22.5.8. Meio ambiente.....	460
22.5.9. Patrimônio cultural.....	461
22.5.10. Linguagem	461
22.5.10.1. Vernáculo.....	461
22.5.10.2. Pronúncia.....	461
22.5.10.3. Calão.....	461
22.5.11. Publicidade comparativa	462
22.5.12. Testemunhais.....	462
22.5.12.1. Conceito.....	463
22.5.12.2. Testemunhal de especialista/perito .	464
22.5.12.3. Testemunhal de pessoa famosa.....	464
22.5.12.4. Testemunhal de pessoa comum ou consumidor	464
22.5.12.5. Atestado ou endosso	464
22.5.12.6. Normas relacionadas com a obten- ção e validade dos testemunhais.....	465
22.5.12.7. Normas relacionadas com a divul- gação de testemunhos e atestados...	465
22.5.13. <i>Teaser</i>	465
22.5.14. <i>Merchandising</i>	465
22.5.15. Peça jornalística	466
22.5.16. Identificação publicitária	466
22.5.17. Reconhecimento da influência do anúncio.....	467
22.5.18. Responsabilidade pelo anúncio	467
22.5.18.1. Responsabilidade solidária do anunciante e da agência.....	467

22.5.18.2.	Responsabilidade solidária do veículo	468
22.5.18.3.	Responsabilidade das pessoas físicas envolvidas.....	468
22.5.18.4.	Origem do anúncio	468
22.5.19.	Categorias especiais de anúncios	468
22.5.19.1.	Bebidas alcoólicas	469
22.5.19.2.	Educação, cursos, ensino	470
22.5.19.3.	Venda e aluguel.....	472
22.5.19.4.	Investimentos, empréstimos e mercado de capitais	474
22.5.19.5.	Lojas e varejo.....	475
22.5.19.6.	Produtos alimentícios.....	476
22.5.19.7.	Médicos, dentistas, veterinários, parteiras, massagistas, enfermeiros, serviços hospitalares, paramédicos, para-hospitalares, produtos protéticos, dietéticos, tratamentos e dietas.....	477
22.5.19.8.	Produtos farmacêuticos populares	478
22.5.19.9.	Produtos de fumo	480
22.5.19.10.	Produtos inibidores do fumo.....	481
22.5.19.11.	Profissionais liberais	481
22.5.19.12.	Reembolso postal ou vendas pelo correio	482
22.5.19.13.	Turismo, viagens, excursões, hotelaria	483
22.5.19.14.	Veículos motorizados	483
22.5.19.15.	Armas de fogo.....	484
22.6.	Obrigação de fazer publicidade	485
22.7.	Exercícios.....	485
23.	A publicidade clandestina.....	486
23.1.	Proibição da publicidade clandestina.....	486

23.2. A técnica do <i>merchandising</i>	486
23.2.1. O tipo de <i>merchandising</i> proibido	487
23.2.2. Enganosidade e abusividade	487
23.2.3. Outras inserções indiretas, mas permitidas.....	490
23.3. Exercício	490
24. A publicidade enganosa	491
24.1. Publicidade enganosa: efeito sobre o consumidor	491
24.1.1. Ampla garantia	492
24.1.2. O “chamariz”	492
24.1.3. Informação “distorcida”	493
24.2. Enganosidade x consumidor real	494
24.3. Parâmetros para a aferição da enganosidade	494
24.3.1. Julgamento do anúncio em si.....	494
24.3.2. Ambigüidade	495
24.3.3. Exagero	496
24.3.4. Licença publicitária	497
24.3.5. Enganosidade x publicidade comparativa	499
24.3.6. Normas auto-regulamentares	502
24.4. Publicidade enganosa por omissão	503
24.5. Elemento subjetivo.....	505
24.6. Responsabilidade do fornecedor-anunciante, das agên- cias e do veículo.....	505
24.6.1. Responsabilidade solidária	505
24.6.2. Responsabilidade solidária do anunciante e da agência.....	506
24.6.3. Responsabilidade solidária do veículo com o anunciante e a agência	507
24.7. Supressão e impedimento do anúncio enganoso.....	508
24.8. Contrapropaganda.....	508
24.8.1. Função.....	508
24.8.2. Conteúdo.....	509
24.8.3. Amplitude do meio.....	509
24.8.4. “Astreintes”	510
24.9. Exercícios.....	510

25. A publicidade abusiva.....	513
25.1. Publicidade abusiva: efeito sobre o consumidor.....	513
25.2. Respeitabilidade.....	515
25.3. Discriminação.....	515
25.4. Atividades ilegais.....	515
25.5. Decência.....	516
25.6. Intimidade.....	516
25.7. Medo, superstição e violência.....	516
25.8. Segurança e acidentes.....	516
25.9. Crianças e jovens.....	516
25.10. Meio ambiente.....	517
25.11. Patrimônio cultural.....	517
25.12. Abusividade x consumidor real.....	519
25.13. Parâmetros para a aferição da abusividade.....	519
25.13.1. Julgamento do anúncio em si.....	519
25.13.2. Ambigüidade.....	520
25.13.3. Exagero.....	521
25.13.4. Licença publicitária.....	521
25.14. Abusividade x publicidade comparativa.....	522
25.15. Elemento subjetivo.....	523
25.16. Responsabilidade do fornecedor-anunciante, das agências e do veículo.....	524
25.16.1. Responsabilidade solidária.....	524
25.16.2. Responsabilidade solidária do anunciante e da agência.....	524
25.16.3. Responsabilidade solidária do veículo com o anunciante e a agência.....	525
25.17. Supressão e impedimento do anúncio abusivo.....	526
25.18. Contrapropaganda.....	526
25.18.1. Função.....	526
25.18.2. Conteúdo.....	527
25.18.3. Amplitude do meio.....	527
25.18.4. “Astreintes”.....	528

25.19. Exercícios	528
26. A prova da verdade e correção da publicidade	530
26.1. Exercícios	531
27. As práticas abusivas	535
27.1. O abuso do direito.....	535
27.2. Práticas abusivas em geral	536
27.3. Práticas abusivas objetivamente consideradas	537
27.4. Práticas abusivas pré, pós e contratuais	537
27.5. Rol exemplificativo	539
27.6. Venda casada.....	540
27.7. Recusa de atendimento	543
27.8. Entrega sem solicitação do consumidor	544
27.9. Excepcional vulnerabilidade.....	546
27.9.1. Idoso.....	547
27.9.1.1. Prioridade no atendimento.....	547
27.9.1.2. Direito à saúde	549
27.9.1.3. Descontos em ingressos.....	550
27.9.1.4. Serviços de transporte.....	551
27.9.1.5. Internação do idoso.....	552
27.9.1.6. Conclusão	554
27.10. Vantagem excessiva	554
27.11. Orçamento prévio	555
27.12. Informação depreciativa	556
27.13. Normas técnicas.....	557
27.14. Recusa da venda	559
27.15. Elevação de preços.....	559
27.16. Reajuste de preços	561
27.17. Falta de prazo.....	561
27.18. Exercícios	562
28. O orçamento.....	564
28.1. O vocábulo “prévio”	564

28.2.	Itens obrigatórios	565
28.2.1.	Valor da mão-de-obra.....	565
28.2.2.	Preço dos materiais e dos equipamentos a serem empregados	565
28.2.3.	Condições de pagamento	566
28.2.4.	Datas do início e término do serviço.....	566
28.3.	Prazo de validade	567
28.4.	Vinculação do fornecedor	567
28.5.	Fechamento do contrato.....	568
28.6.	Serviços de terceiros	568
28.7.	Cobrança do orçamento ou taxa de visita	568
28.8.	Uso de peças originais e usadas.....	569
28.9.	Práticas anteriores.....	569
28.10.	Exercícios	569
29.	A cobrança de dívidas	571
29.1.	Conexão com o art. 71	571
29.2.	Ação regular de cobrança.....	571
29.3.	As ações proibidas	574
29.3.1.	Ameaça.....	574
29.3.2.	Coação.....	575
29.3.3.	Constrangimento físico ou moral	575
29.3.4.	Afirmações falsas, incorretas ou enganosas	575
29.3.5.	Exposição ao ridículo.....	576
29.3.6.	Interferência com trabalho, descanso ou lazer	577
29.4.	Repetição do indébito	577
29.4.1.	Regra amena.....	577
29.4.2.	Caracterização do direito a repetir	578
29.4.3.	Engano justificável	579
29.4.4.	Indenização por danos materiais e morais	579
29.4.5.	O direito a repetição em dobro independe do meio de cobrança	580
29.5.	Exercícios.....	581

30. Os bancos de dados e cadastros. Os Serviços de Proteção ao Crédito	583
30.1. Amplitude da norma	584
30.2. Os Serviços de Proteção ao Crédito.....	584
30.2.1. Requisitos para a negativação	585
30.2.2. Caráter público.....	586
30.2.3. O consumidor inadimplente.....	587
30.2.4. O direito do consumidor inadimplente.....	588
30.3. Linguagem e prazo.....	593
30.3.1. Linguagem compreensível	593
30.3.2. O prazo	593
30.4. Comunicação ao consumidor.....	595
30.5. Correção dos dados inexatos.....	595
30.6. Caráter público.....	596
30.7. Tipos penais	596
30.8. Arquivo de reclamações contra o fornecedor	596
30.8.1. Lista de reclamações	597
30.8.2. Responsabilidade dos órgãos de defesa do consumidor	597
30.9. Exercícios.....	598
31. A proteção contratual.....	600
31.1. Considerações iniciais.....	600
31.2. Princípios basilares dos contratos de consumo.....	600
31.2.1. Ausência de manifestação de vontade.....	600
31.2.2. Princípio da conservação.....	601
31.2.2.1. Modificação das cláusulas que estabelecem prestações desproporcionais	601
31.2.2.2. Direito de revisão.....	602
31.2.3. Princípio da boa-fé.....	603
31.2.3.1. Boa-fé objetiva e subjetiva.....	604
31.2.3.2. Boa-fé como princípio	606
31.2.3.3. Boa-fé como cláusula geral	606

31.2.3.4. Boa-fé e equidade	607
31.2.4. Princípio da equivalência	608
31.2.5. Princípio da igualdade.....	608
31.2.6. Dever de informar e princípio da transparência....	609
31.2.6.1. O dever de informar	609
31.2.6.2. O princípio da transparência	609
31.2.6.3. Conclusão	610
31.2.7. Vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor	610
31.2.8. Nenhuma forma de abuso do direito	611
31.2.8.1. Dever de cooperação	612
31.2.8.2. Dever de cuidado.....	612
31.2.9. Protecionismo.....	612
31.3. Exercício	613
32. As formas de contratação.....	614
32.1. Todas as formas	614
32.2. Contrato de adesão.....	614
32.3. Comportamento socialmente típico	615
32.4. Condições gerais ou cláusulas gerais.....	615
32.5. Exercício	617
33. Os contratos de adesão.....	618
33.1. Conceito de contrato de adesão	618
33.2. Estipulações unilaterais do Poder Público	619
33.3. Formulário e inserção de cláusula.....	620
33.4. Resolução alternativa	620
33.5. Redação do contrato.....	621
33.5.1. Termos claros	622
33.5.2. Informações precisas.....	622
33.5.3. Caracteres ostensivos	622
33.5.4. Caracteres legíveis.....	624
33.6. Destaque.....	624

33.7. Contrato escrito ou verbal e comportamento socialmente típico.....	626
33.8. Veto	626
33.9. Exercício	627
34. Contratos: transparência, interpretação e vinculação pré-contratual	631
34.1. Princípio da transparência.....	631
34.2. Conhecimento prévio	632
34.3. Difícil compreensão	632
34.4. A interpretação.....	637
34.5. A vinculação pré-contratual.....	639
34.6. Exercício	641
35. Compras feitas fora do estabelecimento comercial: prazo de reflexão ou arrependimento.....	643
35.1. “Telos” legal.....	643
35.2. Prazo de reflexão ou arrependimento	644
35.3. Prazo maior do que 7 dias	645
35.4. Contagem do prazo	646
35.5. A manifestação da desistência	646
35.6. O sentido de produto, serviço e contrato.....	647
35.7. Compra de imóveis	648
35.8. Efeito <i>ex tunc</i>	649
35.9. Sem despesas.....	650
35.10. Solidariedade das administradoras de cartão de crédito	650
35.11. Exercício	651
36. As cláusulas abusivas.....	653
36.1. Nulidade absoluta.....	655
36.2. Imprescritibilidade	659
36.3. O conceito de “cláusula”	659
36.4. Rol exemplificativo	660
36.5. Cláusula de não indenizar	660

36.5.1. Proibição absoluta	660
36.5.2. Proibição relativa.....	661
36.6. Reembolso de quantia paga.....	663
36.7. Transferência de responsabilidade a terceiros.....	663
36.8. Obrigações iníquas e desvantagem exagerada	664
36.8.1. Presunção relativa	665
36.8.2. Princípios fundamentais.....	666
36.8.3. Ameaça do objeto ou do equilíbrio contratual ...	667
36.8.4. Onerosidade excessiva para o consumidor.....	668
36.9. Cláusula geral da boa-fé e equidade	669
36.10. Ônus de prova: proibição da inversão	671
36.11. Arbitragem compulsória	671
36.12. Imposição de representante	673
36.13. Opção de conclusão do negócio	674
36.14. Alteração unilateral do preço	675
36.15. Cancelamento do contrato.....	676
36.16. Ressarcimento unilateral do custo da cobrança	677
36.17. Modificação unilateral do contrato	678
36.18. Violação de normas ambientais.....	678
36.19. Desacordo com o sistema de proteção ao consumidor ..	679
36.20. Renúncia à indenização por benfeitorias necessárias.....	680
36.21. Conservação do contrato	680
36.22. Representação ao Ministério Público.....	681
36.23. Vetos.....	682
36.24. Exercícios.....	685
37. Empréstimos e financiamentos	687
37.1. Todo tipo de contrato	687
37.2. Complemento do art. 46.....	688
37.3. Preço em moeda corrente nacional	688
37.4. Juros de mora	688
37.4.1. Lei da Usura revogada, em parte	689
37.4.2. Os juros de mora.....	690

37.4.3.	A mora do pagamento de impostos devidos à Fazenda Nacional	691
37.4.4.	Que é Selic?	691
37.4.5.	Juros de mora, diz a lei, e não correção monetária.	692
37.4.6.	A taxa Selic e a correção de alguns tributos.....	693
37.4.7.	Conclusão	694
37.5.	Taxa efetiva	695
37.6.	Acréscimos legais.....	699
37.7.	Número e periodicidade das prestações	699
37.8.	Total a pagar com e sem financiamento	699
37.9.	Multa	700
37.10.	Liquidação antecipada.....	700
37.11.	Exercícios	701
38.	Compra e venda com pagamento do preço mediante prestações	704
38.1.	Cláusula abusiva.....	704
38.2.	Perda total das parcelas	705
38.2.1.	Fundamento.....	705
38.2.2.	Pagamento em prestações	705
38.2.3.	O regime do “Código Civil” de 1916.....	705
38.2.4.	O problema da expressão “perda total das parcelas”	708
38.3.	Alienação fiduciária	709
38.4.	Sistema de consórcios	710
38.5.	Contratos em moeda corrente nacional	712
38.6.	Exercícios	712
39.	A desconsideração da personalidade jurídica	714
39.1.	Origem da possibilidade da desconsideração da personalidade jurídica	714
39.2.	Dever do magistrado	716
39.3.	“Desconsideração” e não “dissolução”	716
39.4.	“Em detrimento do consumidor”	717
39.5.	Elenco exemplificativo	717

39.6. Abuso “do” direito	717
39.7. Excesso de poder.....	718
39.8. Infração da lei e fato ou prática de ato ilícito.....	718
39.9. Violação dos estatutos ou contrato social.....	719
39.10. Má administração	719
39.11. Outras espécies de abusos	719
39.12. Os parceiros de negócios.....	721
39.13. No Código Civil de 2002	723
39.14. Exercícios.....	723
40. Aspectos processuais — o caráter coletivo da proteção processual do CDC.....	725
40.1. A defesa do consumidor em juízo.....	725
40.2. A proteção coletiva.....	725
40.3. Exercício	728
41. Os direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos.....	729
41.1. A Constituição Federal.....	729
41.2. O Código de Defesa do Consumidor	729
41.3. Direito ou interesse?.....	730
41.4. Os direitos difusos.....	730
41.4.1. Sujeito ativo indeterminado	730
41.4.2. Sujeito passivo	732
41.4.3. A relação jurídica	732
41.4.4. Objeto indivisível	732
41.4.5. Síntese gráfica	733
41.4.6. Exemplos.....	733
41.5. Os direitos coletivos	733
41.5.1. Sujeito ativo indeterminado, mas determinável .	733
41.5.2. Sujeito passivo	734
41.5.3. A relação jurídica	734
41.5.4. Objeto indivisível	734
41.5.5. Distinção dos direitos individuais homogêneos.	734

41.5.6. Síntese gráfica	735
41.5.7. Exemplos.....	736
41.6. Os direitos individuais homogêneos	736
41.6.1. Sujeito ativo determinado e plural	736
41.6.2. Sujeito passivo	736
41.6.3. A relação jurídica	737
41.6.4. Objeto divisível	737
41.6.5. Espécie de direito coletivo	737
41.6.6. Síntese gráfica	738
41.6.7. Exemplos.....	738
41.7. Exercício	738
42. A legitimidade ativa para propositura de ações coletivas	741
42.1. A legitimação concorrente	741
42.2. Legitimação disjuntiva.....	742
42.3. Direitos difusos e coletivos: legitimação autônoma.....	742
42.4. Direitos individuais homogêneos: legitimação extraordinária	743
42.5. Personalidade judiciária.....	743
42.6. A legitimidade do Ministério Público.....	743
42.7. A legitimidade das associações civis	746
42.7.1. Fins institucionais	746
42.7.2. Autorização da assembleia.....	746
42.7.3. Constituição há um ano.....	747
42.7.4. Dispensa do requisito de constituição há um ano ..	748
42.8. Intervenção obrigatória do Ministério Público	748
42.9. Exercício	749
43. As ações judiciais	753
43.1. Garantia constitucional	753
43.2. Todas as espécies de ações.....	754
43.3. Exercício	754
44. Obrigações de fazer ou não fazer.....	755

44.1. Tutela específica ou providências que assegurem o resultado prático equivalente	756
44.2. Liminar.....	756
44.2.1. Fundamento relevante	756
44.2.2. Ineficácia do provimento final.....	757
44.2.3. Momento da concessão da liminar.....	760
44.3. <i>Astreinte</i>	760
44.3.1. O vocábulo	760
44.3.2. Função.....	761
44.3.3. Natureza	761
44.3.4. O caráter objetivo: confusão a ser evitada.....	762
44.3.5. O limite do <i>quantum</i>	763
44.3.6. Previsão legal	765
44.3.7. Ação principal sem valor econômico.....	767
44.3.8. Medida direta do juiz	767
44.3.9. Modificação das <i>astreintes</i> não viola a coisa julgada.....	769
44.3.10. O que acontece se a ação é julgada improcedente ou extinta sem resolução de mérito.....	771
44.3.11. Nas ações coletivas	773
44.4. Perdas e danos.....	773
44.5. Exercício	774
45. Custas, despesas e honorários nas ações coletivas.....	775
45.1. Acesso à Justiça	775
45.2. Liberação automática.....	775
45.3. Inversão do ônus da prova.....	775
45.4. Má-fé	776
45.4.1. Como caracterizar a má-fé	776
45.4.2. Responsabilização dos diretores da associação-autora	777
45.4.3. Não há má-fé exclusiva	778
45.5. Exercício	778

46. Inversão do ônus da prova.....	779
46.1. Considerações iniciais.....	779
46.2. Critério do juiz	780
46.3. Verossimilhança das alegações	781
46.4. Hipossuficiência.....	782
46.5. Momento de inversão.....	783
46.6. O ônus econômico	785
46.7. Exercícios.....	786
47. A competência	789
47.1. Ações coletivas para defesa dos direitos individuais homogêneos, difusos e coletivos.....	789
47.2. A competência da Justiça Federal.....	790
47.3. Competência no dano de âmbito local	791
47.3.1. O equívoco	791
47.3.2. A solução do problema: local do dano ou domicílio do autor	792
47.4. Competência no dano de âmbito nacional ou regional	793
47.4.1. Capital do Estado ou Distrito Federal: como definir?	793
47.4.2. Como definir o chamado âmbito regional?.....	796
47.4.3. Competência no direito individual.....	798
47.5. Exercício	798
48. Da coisa julgada nas ações coletivas.....	799
48.1. Coisa julgada nas ações coletivas de proteção aos direitos difusos	799
48.1.1. Efeito <i>erga omnes</i>	799
48.1.2. Efeito da improcedência por insuficiência de provas.....	800
48.1.3. Relação com o direito individual do consumidor.....	800
48.2. Coisa julgada nas ações coletivas de proteção aos direitos coletivos	801
48.2.1. Efeito <i>ultra partes</i>	801

48.2.2. Efeito da improcedência por insuficiência de provas	801
48.2.3. Relação com o direito individual do consumidor ..	802
48.3. Coisa julgada nas ações coletivas de proteção aos direitos individuais homogêneos.....	802
48.3.1. Efeito <i>erga omnes</i>	802
48.3.2. Efeito da improcedência por insuficiência de provas	803
48.3.3. Exercício do direito individual pelo consumidor-vítima ou seus sucessores.....	803
48.4. Exercício	804
49. Aspectos da litispendência e continência da ação coletiva com a ação individual	805
49.1. Litispendência	805
49.1.1. Efeitos especiais da sentença	805
49.1.2. Risco do consumidor depende da prova de sua ciência	806
49.2. Continência	807
49.3. Exercício	808
50. Denúnciação da lide, chamamento do processo e assistência ...	809
50.1. Responsabilidade do comerciante.....	809
50.2. Denúnciação da lide.....	809
50.3. Chamamento ao processo	810
50.4. Assistência	811
50.5. Exercício	811
51. Liquidação de sentença nas ações coletivas.....	812
51.1. Liquidação e execução individual.....	813
51.2. Liquidação e execução pelos legitimados do art. 82.....	814
51.3. Exercício	815
<i>Bibliografia</i>	817
<i>Índice Alfabético-Remissivo</i>	833