

STJ00119591

2024

10ª edição

curso de
DIREITO DO
CONSUMIDOR
COMPLETO

edição
ESPECIAL
10 ANOS

JÚLIO MORAES OLIVEIRA





Conselho Editorial
Doutor Cláudio Roberto Cintra Bezerra Brandão
Professor Titular da Universidade Federal de Pernambuco – Brasil

Doutora Sílvia Isabel dos Anjos Caetano Alves
Professora da Universidade de Lisboa – Portugal

Doutor Georges Martyn
Professor da Universidade de Ghent – Flanders/Bélgica

Doutora Agata Cecilia Amato Mangiameli
Professora da Universidade de Roma II – Itália

Doutora Ana Elisa Liberatore Silva Bechara
Professora Titular da USP – Brasil

Doutor Stelio Mangiameli
Professor da Universidade de Teramo – Itália

Doutor José Geraldo de Sousa Junior
Professor Titular da Universidade de Brasília – Brasil

Doutor Joaquim Portes de Cerqueira César
Doutor em Direito Constitucional pela PUC/SP – Brasil

Doutor Thomas Law
Doutor em Direito Comercial pela PUC/SP – Brasil

Doutor Marcelo Figueiredo
Professor da PUC/SP – Brasil

Doutor João Grandino Rodas
Professor Titular da USP – Brasil

Editor Chefe
Plácido Arraes

Editor
Tales Leon de Marco

Produtora Editorial
Bárbara Rodrigues

Capa, projeto gráfico
Bárbara Rodrigues
Nori Firmo de Assis

Diagramação
Bárbara Rodrigues

Todos os direitos reservados.

Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida, por quaisquer meios, sem a autorização prévia do Grupo D'Plácido.

Copyright © 2014, D'Plácido Editora
 Copyright © 2014, Júlio Moraes Oliveira.

Belo Horizonte
 Av. Brasil, 1843, Savassi, Belo Horizonte, MG – CEP 30140-007
 Tel.: 31 3261 2801

São Paulo
 Avenida Paulista, 2073, Conjunto Nacional. – São Paulo, SP – CEP 01311-940

WWW.EDITORADPLACIDO.COM.BR

INSTAGRAM/EDITORADPLACIDO

Catálogo na Publicação (CIP)

048 Oliveira, Júlio Moraes
 Curso de direito do consumidor completo / Júlio Moraes Oliveira. - 10. ed. - Belo Horizonte, São Paulo : D'Plácido, 2024.
 738 p.

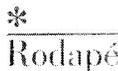
ISBN 978-65-5589-932-0

1. Direito. 2. Direito do Consumidor. I. Título.

CDDir: 342.5

Biblioteca responsável: Fernanda Gomes de Souza CRB-6/2472

D'PLÁCIDO



Sumário

APRESENTAÇÃO À 10ª EDIÇÃO	51
PREFÁCIO À 2ª EDIÇÃO	55
1. A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR	57
1.1. O Direito do Consumidor no Brasil	70
1.2. Os desafios do direito do consumidor frente às novas tecnologias	75
1.2.1. Os denominados Bens digitais	77
1.2.2. A Internet das coisas	79
1.2.3. Inteligência artificial	81
1.3. O direito emergencial do consumidor na pandemia	83
1.4. Tradução da mensagem do Presidente John F. Kennedy (<i>Special message to congress on protecting consumer interest</i>) Enviada ao Congresso dos Estados Unidos da América, em 15 de março de 1962	87
2. A POSIÇÃO CONSTITUCIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR	101
3. CARACTERÍSTICAS DA LEI N. 8.078/90	109
4. A TEORIA DO DIÁLOGO DAS FONTES	115
5. DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR	121
6. PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR	133
6.1. Princípio da indisponibilidade de aplicação das normas de direito do consumidor	137
6.2. Princípio da Vulnerabilidade	139

6.2.1. Os tipos de vulnerabilidade.....	140
6.3. Princípio da Boa-fé.....	148
6.3.1. O Abuso do direito.....	153
6.3.1.1. Situações específicas do abuso do direito.....	156
6.3.1.2. Venire contra factum proprium (proibição do comportamento contraditório).....	156
6.3.1.3. A supressio (<i>verwirkung</i>) e a surrectio (<i>erwirkung</i>).....	158
6.3.1.4. O <i>tu quoque</i>	160
6.3.1.5. O <i>duty to mitigate the loss</i>	162
6.3.1.6. Substantial performance.....	163
6.3.1.7. A violação positiva do contrato.....	164
6.4. Princípio da solidariedade.....	165
6.5. Princípio da harmonia das relações de consumo.....	167
6.6. Princípio da intervenção do Estado.....	169
6.7. Princípio da transparência.....	170
6.8. Princípio da confiança.....	171
6.9. Princípio da interpretação mais favorável ao consumidor (<i>interpretatio contra stipulatorem</i>).....	172
6.10. O princípio da inversão do ônus da prova.....	173
6.11. Princípio da vinculação.....	176
6.12. Princípio do fomento à educação financeira e ambiental ou do crédito responsável.....	178
7. CAMPO DE APLICAÇÃO DO CDC	181
7.1. O art. 2º, <i>caput</i> , o consumidor <i>stricto sensu</i> ou <i>standard</i>	185
7.1.1. A teoria maximalista.....	185
7.1.2. A teoria finalista.....	188
7.1.3. O finalismo mitigado, temperado, abrandado, misto ou aprofundado.....	190
7.1.4. Síntese das teorias sobre o conceito de consumidor.....	197
7.1.4.1. Teoria maximalista.....	197
7.1.4.2. Teoria Finalista.....	198
7.1.4.3. Teoria Finalista mitigada.....	198
7.2. O art. 2º, Parágrafo único (Consumidor equiparado).....	199
7.3. O art. 17, as vítimas do acidente de consumo (<i>Bystander</i>).....	202
7.4. O art. 29, todos expostos às práticas abusivas.....	205
7.5. O fornecedor.....	207
7.5.1. O fornecedor na economia compartilhada – O guardião de acesso ou <i>gatekeeper</i>	211
7.6. O objeto da relação de consumo: os produtos ou serviços e remuneração.....	214
7.7. O mercado de consumo.....	217
7.8. Os serviços públicos.....	219
7.9. Alguns casos especiais de relação de consumo.....	231
7.10. O <i>Recall</i>	235
8. A RESPONSABILIDADE CIVIL	249

8.1. Responsabilidade Civil subjetiva.....	252
8.2. A responsabilidade civil objetiva.....	258
8.3. As novas tendências da responsabilidade civil.....	259
9. A TEORIA DA QUALIDADE NO CDC	263
9.1. Teoria da qualidade.....	265
9.2. As deficiências da proteção tradicional no Direito Civil.....	265
9.3. A teoria da qualidade em seus dois aspectos.....	269
9.4. A responsabilidade pelo fato do produto e do serviço.....	269
9.4.1. Os responsáveis pelo fato do produto ou serviço (acidente de consumo).....	275
9.4.2. As excludentes da responsabilidade pelo fato do produto.....	277
9.4.3. A responsabilidade pelo fato do serviço.....	281
9.4.4. As excludentes da responsabilidade pelo fato do serviço.....	283
9.4.5. A responsabilidade subjetiva dos profissionais liberais.....	283
9.4.6. Síntese da responsabilidade pelo fato do produto ou serviço.....	286
9.4.6.1. Responsabilidade objetiva.....	286
9.4.6.2. As excludentes da responsabilidade do fornecedor pelo fato do produto.....	287
9.4.6.3. As excludentes da responsabilidade do fornecedor pelo fato do serviço.....	287
9.5. Responsabilidade pelo vício do produto ou serviço.....	287
9.5.1. O vício do produto e as opções do CDC.....	294
9.5.2. Responsabilidade pelo vício do serviço.....	298
9.5.3. Prazos para reclamar dos vícios.....	299
9.5.4. Vício oculto e o critério da vida útil.....	301
9.5.5. Causas obstativas do prazo decaencial.....	303
9.5.6. Garantia legal e contratual.....	308
9.5.7. Síntese da responsabilidade pelo vício do produto ou serviço.....	314
10. DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA	317
11. A OFERTA E A PUBLICIDADE NO MERCADO DE CONSUMO	329
11.1. A oferta por telefone ou a compra pela internet.....	337
11.2. A publicidade.....	338
12. PRÁTICAS ABUSIVAS	359
12.1. Condicionamento do fornecimento de produto ou serviço (art. 39, I).....	362
12.2. Recusa de atendimento à demanda do consumidor (art. 39, II).....	368
12.3. Fornecimento de produtos ou serviços não solicitados (art. 39, III).....	371
12.4. Prevalência da fraqueza ou ignorância do consumidor (art. 39, IV).....	373
12.5. A exigência de vantagem manifestamente excessiva (art. 39, V).....	374
12.6. Serviços sem orçamento e autorização do consumidor (art. 39, VI).....	375
12.7. Repassar informação depreciativa sobre o consumidor (art. 39, VII).....	376

12.8. Produtos ou serviços em desacordo com as normas técnicas (art. 39, VIII).....	377
12.9. Recusa de venda direta mediante pronto pagamento (art. 39, IX).....	381
12.10. Elevação de preço sem justa causa (art. 39, X).....	383
12.11. Reajuste diverso do previsto em lei ou contrato (art. 39, XI).....	386
12.12. A inexistência de prazo para o cumprimento da obrigação (art. 39, XII).....	386
12.13. Permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo.....	387
12.14. Tabelamento de preços.....	388
12.15. A cobrança de dívidas de consumo.....	389
13. BANCOS DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMIDORES	395
13.1. A Lei do Cadastro Positivo (Lei n.º 12.414/2011).....	404
13.2. <i>Scoring</i> de crédito.....	406
14. A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR	413
14.1. Cláusulas abusivas do art. 51.....	419
14.2. Vedação da cláusula de não indenizar (art. 51, I).....	421
14.3. Subtração de reembolso (art. 51, II).....	425
14.4. Transferência de responsabilidade a terceiro (art. 51, III).....	427
14.5. Boa-fé objetiva e equilíbrio contratual (art. 51, IV).....	429
14.6. Vedação de inversão do ônus da prova (art. 51, VI).....	433
14.7. Determinação compulsória de arbitragem (art. 51, VII).....	436
14.8. Imposição de representante (art. 51, VIII).....	438
14.9. Opção exclusiva do fornecedor de concluir o contrato (art. 51, IX).....	439
14.10. Alteração unilateral do preço (art. 51, X).....	439
14.11. Cancelamento unilateral (resilição) do contrato (art. 51, XI).....	440
14.12. Ressarcimento unilateral dos custos da cobrança (art. 51, XII).....	441
14.13. Alteração unilateral do contrato (art. 51, XIII).....	442
14.14. Violação de normas ambientais (art. 51, XIV).....	442
14.15. Cláusula contrária ao sistema de proteção ao consumidor (art. 51, XV).....	443
14.16. Renúncia à indenização por benfeitorias necessárias (art. 51, XVI).....	444
14.17. Condição ou limite de qualquer forma o acesso aos órgãos do Poder Judiciário (art. 51, XVII).....	444
14.18. Estabelecer prazos de carência em caso de imp pontualidade das prestações mensais ou impedir o restabelecimento integral dos direitos do consumidor e de seus meios de pagamento a partir da purgação da mora ou do acordo com os credores (art. 51, XVIII).....	446
14.19. Crédito e financiamento ao consumidor (art. 52).....	447
15. DA PREVENÇÃO E DO TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO	453
15.1. A definição de superendividamento e seus elementos.....	457
15.2. O direito à informação.....	465

15.3. Aspectos da oferta e publicidade de crédito.....	466
15.4. Contratos de crédito.....	467
15.5. Das práticas abusivas na concessão do crédito.....	468
15.6. Da conciliação no superendividamento.....	469
15.6.1. Da repactuação de dívidas.....	470
16. ALGUNS CONTRATOS DE CONSUMO	475
16.1. Contratos imobiliários.....	477
16.2. Contratos de Plano de assistência e seguro de saúde.....	481
16.3. Contratos de Turismo.....	492
16.4. Contratos de transporte aéreo e terrestre.....	495
16.5. Comércio eletrônico.....	499
16.6. Serviços de telecomunicações.....	500
17. ALTERAÇÕES NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	507
18. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E PENAIS	511
18.1. As infrações penais.....	514
19. ASPECTOS PROCESSUAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	521
20. SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR	531
SÚMULAS DO STJ, STF E VINCULANTES RELACIONADAS AO DIREITO DO CONSUMIDOR	539
Súmulas do STJ relacionadas ao Direito do Consumidor.....	541
Súmulas Vinculantes relacionadas ao Direito do Consumidor.....	549
Súmulas do STF relacionadas ao Direito do Consumidor.....	550
Enunciados Brasilcon.....	551
ANEXO: QUESTÕES OBJETIVAS	553
Gabarito.....	671
CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	675
REFERÊNCIAS	717
SOBRE O AUTOR	737