STJ00022471

CURSO DE DIREITO DO CONSUMIDOR COMPLETO

JÚLIO MORAES OLIVEIRA

2ª EDIÇÃO REVISTA, ATUALIZADA E AMPLIADA

D'PLÁCIDO EDITORA

STJ00022471

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

Editor Chefe
Plácido Arraes

Produtor Editorial
Tales Leon de Marco

Capa, Projeto Gráfico e Diagramação
Tales Leon de Marco
(Sobre imagem de Sxc.hu)

Revisão
Alexandre Bomfim

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida, por quaisquer meios, sem a autorização prévia da D'Plácido Editora.

D'PLÁCIDO
EDITORA

Editora D'Plácido
Av. Brasil, 1843 , Savassi
Belo Horizonte - MG
Tel.: 3261 2801
CEP 30140-002

Catalogação na Publicação (CIP)
Ficha catalográfica

Oliveira, Júlio Moraes.
Curso de Direito do Consumidor Completo -- 2. ed. -- Belo Horizonte: Editora D'Plácido, 2015.

Bibliografia
ISBN: 978-85-67020-66-2

1. Direito 2. Direito do Consumidor 3. Manual I. Título II. Direito do Consumidor III. Direito Civil IV. Júlio Moraes Oliveira.

CDU347 CDD 342.5

STJ00022471

SUMÁRIO

Capítulo 1
A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR 21
1.1. O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL 31

Capítulo 2
A POSIÇÃO CONSTITUCIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR 37

Capítulo 3
CARACTERÍSTICAS DA LEI N. 8.078/90
(CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR) 46

Capítulo 4
A TEORIA DO DIÁLOGO DAS FONTES 49

Capítulo 5
DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR 55

Capítulo 6
PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR 61
6.1. Princípio da indisponibilidade de aplicação
das normas de direito do consumidor 65
6.2. Princípio da Vulnerabilidade 66
6.3. Os tipos de vulnerabilidade 68
6.4. Princípio da Boa-fé 75
6.4.1. O Abuso do direito 78
6.4.1.1. Situações específicas do abuso do direito 80
6.4.1.2. *Venire contra factum proprium*
(proibição do comportamento contraditório) 80
6.4.1.3. A *supressio* (*verwirkung*) e a *surrectio* (*erwirkung*) 83

6.4.1.4. O *tu quoque* 84
6.4.1.5. O *duty to mitigate the loss* 86
6.4.1.6. *Substancial performance* 87
6.4.1.5. A violação positiva do contrato 88
6.5. Princípio da solidariedade 89
6.6. Princípio da harmonia das relações de consumo 91
6.7. Princípio da intervenção do Estado 92
6.8. Princípio da transparência 94
6.9. Princípio da confiança 93
6.10. Princípio da interpretação mais favorável ao consumidor (*interpretatio contra stipulatorem*) 95
6.11. O princípio da inversão do ônus da prova 96
6.12. Princípio da vinculação 99

Capítulo 7

CAMPO DE APLICAÇÃO DO CDC 101
7.1. O art. 2º, *caput*, o consumidor *stricto sensu* ou *standard* 105
7.1.1. A teoria maximalista 105
7.1.2. A teoria finalista 108
7.1.3. O finalismo mitigado, temperado, abrandado, misto ou aprofundado 110
7.1.4. Síntese das teorias sobre o conceito de consumidor 115
Teoria maximalista 115
Teoria Finalista 116
Teoria Finalista mitigada 116
7.2. O art. 2º, Parágrafo único (Consumidor equiparado) 117
7.3. O art. 17, as vítimas do acidente de consumo (*Bystander*) 119
7.4. O art. 29, todos expostos às práticas abusivas 121
7.5. O fornecedor 123
7.6. O objeto da relação de consumo: os produtos ou serviços e remuneração 127
7.7. O mercado de consumo 130
7.8. Os serviços públicos 132

STJ00022471

7.9. Alguns casos especiais de relação de consumo 143
7.10. O *Recall* 144

Capítulo 8

A RESPONSABILIDADE CIVIL 153
8.1. Responsabilidade Civil subjetiva 156
8.2. A responsabilidade civil objetiva 157

Capítulo 9

A TEORIA DA QUALIDADE NO CDC 159
9.1. Teoria da qualidade 161
9.2. As deficiências da proteção tradicional no Direito Civil 161
9.3. A teoria da qualidade em seus dois aspectos 165
9.4. A responsabilidade pelo fato do produto e do serviço 165
9.4.1. Os responsáveis pelo fato do produto ou serviço (acidente de consumo) 169
9.4.2. As excludentes da responsabilidade pelo fato do produto 171
9.4.3. A responsabilidade pelo fato do serviço 174
9.4.4. As excludentes da responsabilidade pelo fato do serviço 175
9.4.5. A responsabilidade subjetiva dos profissionais liberais 176
9.4.6. Síntese da responsabilidade pelo fato do produto ou serviço 178
Responsabilidade objetiva 179
As excludentes da responsabilidade do fornecedor pelo fato do produto 180
As excludentes da responsabilidade do fornecedor pelo fato do serviço 180
9.5. Responsabilidade pelo vício do produto ou serviço 180
9.5.1. O vício do produto e as opções do CDC 184
9.5.2. Responsabilidade pelo vício do serviço 188
9.5.3. Prazos para reclamar dos vícios 189
9.5.4. Vício oculto e o critério da vida útil 190

9.5.5. Causas obstativas do prazo decadencial 192
9.5.6. Garantia legal e contratual 194
9.5.7. Síntese da responsabilidade pelo vício do produto ou serviço 197

Capítulo 10
DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA 201

Capítulo 11
A OFERTA E A PUBLICIDADE NO MERCADO DE CONSUMO 211
11.1. A oferta por telefone ou a compra pela internet 218
11.2. A publicidade 219

Capítulo 12
PRÁTICAS ABUSIVAS 229
12.1. Condicionamento do fornecimento de produto ou serviço (art. 39, I) 232
12.2. Recusa de atendimento à demanda do consumidor (art. 39,II) 236
12.3. Fornecimento de produtos ou serviços não solicitados (art. 39, III) 237
12.4. Prevalecimento da fraqueza ou ignorância do consumidor (art. 39, IV) 239
12.5. A exigência de vantagem manifestamente excessiva (art. 39, V) 239
12.6. Serviços sem orçamento e autorização do consumidor (art. 39, VI) 240
12.7. Repassar informação depreciativa sobre o consumidor (art. 39, VII) 241
12.8. Produtos ou serviços em desacordo com as normas técnicas (art. 39, VIII) 241
12.9. Recusa de venda direta mediante pronto pagamento (art. 39, IX) 245
12.10. Elevação de preço sem justa causa (art. 39, X) 246
12.11. Reajuste diverso do previsto em lei ou contrato (art. 39, XI) 249
12.13. A inexistência de prazo para o cumprimento da obrigação (art. 39, XII) 249
12.14. Tabelamento de preços 250
12.15 . A cobrança de dívidas de consumo 250

Capítulo 13
BANCOS DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMIDORES 255
13.1. A Lei do Cadastro Positivo (Lei nº 12.414/2011) 263
13.2 *Scoring* de crédito 263

STJ00022471

Capítulo 14

A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR 271
14.1. Cláusulas abusivas do art. 51 277
14.2. Vedação da cláusula de não indenizar (art. 51, I) 278
14.3. Subtração de reembolso (art. 51, II) 281
14.4. Transferência de responsabilidade a terceiro (art. 51, III) 283
14.5. Boa-fé objetiva e equilíbrio contratual (art. 51, IV) 284
14.6. Vedação de inversão do ônus da prova (art. 51, VI) 289
14.7. Determinação compulsória de arbitragem (art. 51, VII) 291
14.8. Imposição de representante (art. 51, VIII) 293
14.9. Opção exclusiva do fornecedor de concluir o contrato (art. 51, IX) 294
14.10. Alteração unilateral do preço (art. 51, X) 294
14.11. Cancelamento unilateral (resilição) do contrato (art. 51, XI) 295
14.12. Ressarcimento unilateral dos custos da cobrança (art. 51, XII) 297
14.13. Alteração unilateral do contrato (art. 51, XIII) 297
14.14. Violação de normas ambientais (art. 51, XIV) 298
14.15. Cláusula contrária ao sistema de proteção ao consumidor (art. 51, XV) 298
14.16. Renúncia à indenização por benfeitorias necessárias (art. 51, XVI) 299
14.17. Crédito e financiamento ao consumidor (art. 52) 299
14.18. Superendividamento 304

Capítulo 15

ALGUNS CONTRATOS DE CONSUMO 307
15.1. Contratos imobiliários 309
15.2. Contratos de Plano de assistência e seguro de saúde 312
15.3. Contratos de Turismo 319
15.4. Contratos de transporte aéreo e terrestre 322
15.5. Comércio eletrônico 324
15.6. Serviços de telecomunicações 326

Capítulo 16

ALTERAÇÕES NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR 331

STJ00022471

Capítulo 17

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E PENAIS 335

17.1. As infrações penais 338

Capítulo 18

ASPECTOS PROCESSUAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR 345

capítulo 19

SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR 353

Anexo

QUESTÕES OBJETIVAS 359

GABARITO 405

REFERÊNCIAS 407