JÚLIO MORAES OLIVEIRA

curso de

DIREITO DO

CONSUMIDOR

completo







Belo Horizonte | São Paulo Savassi, Belo Horizonte, MG Tel.: 31 3261 2801 Bela Vista – São Paulo, SP

Av. Brasil, 1843, Av. Paulista, 2444, CEP 30140-007 | CEP 01310-933

WWW.EDITORADPLACIDO.COM.BR

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

Todos os direitos reservados.

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

Editor Chefe Plácido Arraes

Editor Tales Leon de Marco

Produtora Editoriol Bárbara Rodrigues

Copa, projeto gráfico Tales Leon de Marco

Diagramação Bárbara Rodrigues da Silva

Catalogação na Publicação (CIP)

1176776

Oliveira, Júlio Moraes

Curso de direito do consumidor completo / Júlio Moraes Oliveira. - 6. ed. - Belo Horizonte, São Paulo: D'Plácido, 2020.

618 p.

048

ISBN 978-65-5589-013-6

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

CDDir: 342.5

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











Sumário

P1	REFACIO A 2ª EDIÇÃO 3	
1.	A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR	37
	1.1. O Direito do Consumidor no Brasil	49
	1.2. Os desafios do direito do consumidor frente às novas tecnologias	55
	1.2.1. Os denominados Bens digitais	57
	1.2.2. A Internet das coisas	58
	1.2.3. Inteligência artificial	61
	1.3. Tradução da mensagem do Presidente John F. Kennedy (Special message to congress on protecting consumer interest) enviada ao Congresso dos Estados Unidos da América, em 15 de março de 1962	
2.	A POSIÇÃO CONSTITUCIONAL	
_	DO DIREITO DO CONSUMIDOR	77
3.	CARACTERÍSTICAS DA LEI N. 8.078/90	85
4.	A TEORIA DO DIÁLOGO DAS FONTES	91
5.	DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR	97

6.	PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR	107
_	6.1. Princípio da indisponibilidade de aplicação das normas de direito do consumidor	111
	6.2. Princípio da Vulnerabilidade	
	6.2.1. Os tipos de vulnerabilidade	
	6.3. Princípio da Boa-fé	
	6.3.1. O Abuso do direito	
		120
	6.3.1.1. Situações específicas do abuso do direito	129
	6.3.1.2. Venire contra factum proprium (proibiçõ do comportamento contraditório)	
	6.3.1.3. A supressio (verwirkung) e a surrectio	
	(erwirkung)	132
	6.3.1.4. O tu quoque	134
	6.3.1.5. O duty to mitigate the loss	135
	6.3.1.6. Substancial performance	137
	6.3.1.7. A violação positiva do contrato	138
	6.4. Princípio da solidariedade	139
	6.5. Princípio da harmonia das relações de consumo	140
	6.6. Princípio da intervenção do Estado	142
	6.7. Princípio da transparência	142
	6.8. Princípio da confiança	144
	6.9. Princípio da interpretação mais favorável ao consumidor (interpretatio contra stipulatorem)	145
	6.10. O princípio da inversão do ônus da prova	
	6.11. Princípio da vinculação	
7.	CAMPO DE APLICAÇÃO DO CDC	151
	7.1. O art. 2°, <i>caput</i> , o consumidor	
	stricto sensu ou standard	155
	7.1.1. A teoria maximalista	155
	7.1.2. A teoria finalista	158
	7.1.3. O finalismo mitigado, temperado, abrandado, misto ou aprofundado	160
	7.1.4. Síntese das teorias sobre	
	o conceito de consumidor	167
	7.1.4.1. Teoria maximalista	167
	71 / 2 Teoria Finalista	167

			7.1.4.3. Teoria Finalista mitigada	168
	7.2.	O ar	t. 2°, Parágrafo único (Consumidor equiparado)	168
			t. 17, as vítimas do acidente	
		de c	onsumo (<i>Bystander</i>)	170
	7.4.	O ar	t. 29, todos expostos às práticas abusivas	173
	7.5.	O for	rnecedor	175
	7.6.		jeto da relação de consumo:	
			rodutos ou serviços e remuneração	
			rcado de consumo	
			erviços públicos	
			ns casos especiais de relação de consumo	
	7.10	. O A	Recall	200
8.	А	RESP	ONSABILIDADE CIVIL	209
	8.1.	Resp	onsabilidade Civil subjetiva	212
	8.2.	A res	ponsabilidade civil objetiva	217
	8.3	As no	ovas tendências da responsabilidade civil	218
9.	Α -	ΓEOR	IA DA QUALIDADE NO CDC	221
	9.1.	Teori	a da qualidade	223
	9.2.		eficiências da proteção tradicional ireito Civil	223
	9.3.		oria da qualidade em seus dois aspectos	
			ponsabilidade pelo fato do produto	
			serviço	227
		9.4.1.	Os responsáveis pelo fato do produto	
			ou serviço (acidente de consumo)	233
		9.4.2.	As excludentes da responsabilidade	
			pelo fato do produto	
			A responsabilidade pelo fato do serviço	239
		9.4.4.	. As excludentes da responsabilidade pelo fato do serviço	240
		945	. A responsabilidade subjetiva	240
		7.4.5.	dos profissionais liberais	241
		9.4.6.	Síntese da responsabilidade	
			pelo fato do produto ou serviço	243
			9.4.6.1. Responsabilidade objetiva	244
			9.4.6.2. As excludentes da responsabilidade	
			do fornecedor pelo fato do produto	245

9.4.6.3. As excludentes da responsabilidade do fornecedor pelo fato do serviço	245
•	
9.5. Responsabilidade pelo vício do produto ou serviço	
9.5.2. Responsabilidade pelo vício do serviço	
9.5.3. Prazos para reclamar dos vícios	
9.5.4. Vício oculto e o critério da vida útil	
9.5.5. Causas obstativas do prazo decadencial	
9.5.6. Garantia legal e contratual	
9.5.7. Síntese da responsabilidade	203
pelo vicio do produto ou serviço	269
10. DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA	273
11. A OFERTA E A PUBLICIDADE	205
NO MERCADO DE CONSUMO	285
11.1. A oferta por telefone ou a compra pela internet	293
11.2.A publicidade	294
12. PRÁTICAS ABUSIVAS	315
12.1. Condicionamento do fornecimento	
de produto ou serviço (art. 39, I)	318
12.2. Recusa de atendimento à demanda	70/
do consumidor (art. 39,II)	324
12.3. Fornecimento de produtos ou serviços não solicitados (art. 39, III)	327
12.4.Prevalecimento da fraqueza ou ignorância	
do consumidor (art. 39, IV)	329
12.5. A exigência de vantagem manifestamente	
excessiva (art. 39, V)	330
12.6. Serviços sem orçamento e autorização do consumidor (art. 39, VI)	331
12.7. Repassar informação depreciativa sobre o consumidor (art. 39, VII)	332
12.8. Produtos ou serviços em desacordo com	
as normas técnicas (art. 39, VIII)	333
12.9. Recusa de venda direta mediante pronto	
pagamento (art. 39, IX)	
12.10. Elevação de preço sem justa causa (art. 39, X)	339

ou contrato (art. 39, XI)	34
12.12. A inexistência de prazo para o cumprimento da obrigação (art. 39, XII)	342
12.13. Permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidore que o fixado pela autoridade administrativa	s es
como máximo	
12.14. Tabelamento de preços	
12.15. A cobrança de dívidas de consumo	345
13. BANCOS DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMIDORES	351
13.1. A Lei do Cadastro Positivo (Lei nº 12.414/2011)	360
13.2. Scoring de crédito	
14. A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR	369
14.1. Cláusulas abusivas do art. 51	375
14.2. Vedação da cláusula de não indenizar (art. 51, I)	377
14.3. Subtração de reembolso (art. 51, II)	38
14.4. Transferência de responsabilidade a terceiro (art. 51, III)	383
14.5. Boa-fé objetiva e equilíbrio contratual (art. 51, IV)	385
14.6. Vedação de inversão do ônus da prova (art. 51, VI)	389
14.7. Determinação compulsória de arbitragem (art. 51, VII)	392
14.8. Imposição de representante (art. 51, VIII)	394
14.9. Opção exclusiva do fornecedor de concluir o contrato (art. 51, IX)	395
14.10. Alteração unilateral do preço (art. 51, X)	395
14.11. Cancelamento unilateral (resilição) do contrato (art. 51, XI)	39ć
14.12. Ressarcimento unilateral dos custos da cobrança (art. 51, XII)	397
14.13. Alteração unilateral do contrato (art. 51, XIII)	398
14.14. Violação de normas ambientais (art. 51, XIV)	398
14.15. Cláusula contrária ao sistema de proteção ao consumidor (art. 51, XV)	399

14.16. Renúncia à indenização por benfeitorias	
necessárias (art. 51, XVI)	
14.17. Crédito e financiamento ao consumidor (art. 52)	400
14.18. Superendividamento	405
15. ALGUNS CONTRATOS DE CONSUMO	409
15.1. Contratos imobiliários	411
15.2. Contratos de Plano de assistência	
e seguro de saúde	415
15.3. Contratos de Turismo	422
15.4. Contratos de transporte aéreo e terrestre	426
15.5. Comércio eletrônico	428
15.6. Serviços de telecomunicações	429
16. ALTERAÇÕES NO CÓDIGO DE DEFESA	
DO CONSUMIDOR	435
17. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E PENAIS	439
17.1. As infrações penais	442
18. ASPECTOS PROCESSUAIS DO CÓDIGO	
DE DEFESA DO CONSUMIDOR	449
19. SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR	459
SÚMULAS DO STJ, STF E VINCULANTES	
RELACIONADAS AO DIREITO DO CONSUMIDOR	465
ANEXO: QUESTÕES OBJETIVAS	479
CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	567
DEFERÊNCIAC	(01
REFERÊNCIAS	601
SOBRE O AUTOR	617
SOURE O AUTOR	017