

SUMÁRIO

Prefácio à 2ª edição	23
Capítulo 1	
A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR	25
1.1. O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL	36
1.2. TRADUÇÃO DA MENSAGEM DO PRESIDENTE JOHN F. KENNEDY (<i>SPECIAL MESSAGE TO CONGRESS ON PROTECTING CONSUMER INTEREST</i>)	40
Capítulo 2	
A POSIÇÃO CONSTITUCIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR	55
Capítulo 3	
CARACTERÍSTICAS DA LEI N. 8.078/90 (CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR)	63
Capítulo 4	
A TEORIA DO DIÁLOGO DAS FONTES	67
Capítulo 5	
DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR	73
Capítulo 6	
PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR	81
6.1. Princípio da indisponibilidade de aplicação das normas de direito do consumidor	85
6.2. Princípio da Vulnerabilidade	87
6.3. Os tipos de vulnerabilidade	88
6.4. Princípio da Boa-fé	96

6.4.1. O Abuso do direito	100
6.4.1.1. Situações específicas do abuso do direito	103
6.4.1.2. <i>Venire contra factum proprium</i> (proibição do comportamento contraditório)	104
6.4.1.3. A <i>supressio (verwirkung)</i> e a <i>surrectio (erwirkung)</i>	106
6.4.1.4. O <i>tu quoque</i>	108
6.4.1.5. O <i>duty to mitigate the loss</i>	109
6.4.1.6. <i>Substantial performance</i>	110
6.4.1.5. A violação positiva do contrato	112
6.5. Princípio da solidariedade	113
6.6. Princípio da harmonia das relações de consumo	114
6.7. Princípio da intervenção do Estado	116
6.8. Princípio da transparência	116
6.9. Princípio da confiança	118
6.10. Princípio da interpretação mais favorável ao consumidor (<i>interpretatio contra stipulatorem</i>)	119
6.11. O princípio da inversão do ônus da prova	120
6.12. Princípio da vinculação	123

Capítulo 7

CAMPO DE APLICAÇÃO DO CDC	125
7.1. O art. 2º, <i>caput</i> , o consumidor <i>stricto sensu</i> ou <i>standard</i>	129
7.1.1. A teoria maximalista	129
7.1.2. A teoria finalista	132
7.1.3. O finalismo mitigado, temperado, abrandado, misto ou aprofundado	134
7.1.4. Síntese das teorias sobre o conceito de consumidor	141
Teoria maximalista	141
Teoria Finalista	141
Teoria Finalista mitigada	141
7.2. O art. 2º, Parágrafo único (Consumidor equiparado)	142
7.3. O art. 17, as vítimas do acidente de consumo (<i>Bystander</i>)	144
7.4. O art. 29, todos expostos às práticas abusivas	146
7.5. O fornecedor	148

7.6. O objeto da relação de consumo: os produtos ou serviços e remuneração.....	152
7.7. O mercado de consumo.....	155
7.8. Os serviços públicos.....	157
7.9. Alguns casos especiais de relação de consumo.....	167
7.10. O <i>Recall</i>	170

Capítulo 8

A RESPONSABILIDADE CIVIL.....	179
8.1. Responsabilidade Civil subjetiva.....	182
8.2. A responsabilidade civil objetiva.....	184

Capítulo 9

A TEORIA DA QUALIDADE NO CDC.....	187
9.1. Teoria da qualidade.....	189
9.2. As deficiências da proteção tradicional no Direito Civil.....	189
9.3. A teoria da qualidade em seus dois aspectos.....	193
9.4. A responsabilidade pelo fato do produto e do serviço.....	193
9.4.1. Os responsáveis pelo fato do produto ou serviço (acidente de consumo).....	197
9.4.2. As excludentes da responsabilidade pelo fato do produto.....	199
9.4.3. A responsabilidade pelo fato do serviço.....	203
9.4.4. As excludentes da responsabilidade pelo fato do serviço.....	205
9.4.5. A responsabilidade subjetiva dos profissionais liberais.....	205
9.4.6. Síntese da responsabilidade pelo fato do produto ou serviço.....	208
Responsabilidade objetiva.....	208
As excludentes da responsabilidade do fornecedor pelo fato do produto.....	209
As excludentes da responsabilidade do fornecedor pelo fato do serviço.....	209
9.5. Responsabilidade pelo vício do produto ou serviço.....	209

9.5.1. O vício do produto e as opções do CDC.....	214
9.5.2. Responsabilidade pelo vício do serviço.....	217
9.5.3. Prazos para reclamar dos vícios.....	219
9.5.4. Vício oculto e o critério da vida útil.....	220
9.5.5. Causas obstativas do prazo decadencial.....	222
9.5.6. Garantia legal e contratual.....	224
9.5.7. Síntese da responsabilidade pelo vício do produto ou serviço.....	229

Capítulo 10

DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA.....	233
--	-----

Capítulo 11

A OFERTA E A PUBLICIDADE NO MERCADO DE CONSUMO.....	243
11.1. A oferta por telefone ou a compra pela internet.....	250
11.2. A publicidade.....	251

Capítulo 12

PRÁTICAS ABUSIVAS.....	263
12.1. Condicionamento do fornecimento de produto ou serviço (art. 39, I).....	266
12.2. Recusa de atendimento à demanda do consumidor (art. 39, II).....	270
12.3. Fornecimento de produtos ou serviços não solicitados (art. 39, III).....	271
12.4. Prevalhecimento da fraqueza ou ignorância do consumidor (art. 39, IV).....	273
12.5. A exigência de vantagem manifestamente excessiva (art. 39, V).....	273
12.6. Serviços sem orçamento e autorização do consumidor (art. 39, VI).....	274
12.7. Repassar informação depreciativa sobre o consumidor (art. 39, VII).....	275
12.8. Produtos ou serviços em desacordo com as normas técnicas (art. 39, VIII).....	275
12.9. Recusa de venda direta mediante pronto pagamento (art. 39, IX).....	279
12.10. Elevação de preço sem justa causa (art. 39, X).....	281
12.11. Reajuste diverso do previsto em lei ou contrato (art. 39, XI).....	283
12.13. A inexistência de prazo para o cumprimento da obrigação (art. 39, XII).....	284
12.14. Tabelamento de preços.....	285
12.15. A cobrança de dívidas de consumo.....	285

Capítulo 13

BANCOS DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMIDORES.....	291
13.1. A Lei do Cadastro Positivo (Lei nº 12.414/2011).....	300
13.2 <i>Scoring</i> de crédito.....	303

Capítulo 14

A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR.....	309
14.1. Cláusulas abusivas do art. 51.....	315
14.2. Vedação da cláusula de não indenizar (art. 51, I).....	316
14.3. Subtração de reembolso (art. 51, II).....	319
14.4. Transferência de responsabilidade a terceiro (art. 51, III).....	321
14.5. Boa-fé objetiva e equilíbrio contratual (art. 51, IV).....	323
14.6. Vedação de inversão do ônus da prova (art. 51, VI).....	327
14.7. Determinação compulsória de arbitragem (art. 51, VII).....	330
14.8. Imposição de representante (art. 51, VIII).....	332
14.9. Opção exclusiva do fornecedor de concluir o contrato (art. 51, IX).....	332
14.10. Alteração unilateral do preço (art. 51, X).....	333
14.11. Cancelamento unilateral (resilição) do contrato (art. 51, XI).....	334
14.12. Ressarcimento unilateral dos custos da cobrança (art. 51, XII).....	335
14.13. Alteração unilateral do contrato (art. 51, XIII).....	336
14.14. Violação de normas ambientais (art. 51, XIV).....	336
14.15. Cláusula contrária ao sistema de proteção ao consumidor (art. 51, XV).....	337
14.16. Renúncia à indenização por benfeitorias necessárias (art. 51, XVI).....	338
14.17. Crédito e financiamento ao consumidor (art. 52).....	338
14.18. Superendividamento.....	342

Capítulo 15

ALGUNS CONTRATOS DE CONSUMO.....	345
15.1. Contratos imobiliários.....	347
15.2. Contratos de Plano de assistência e seguro de saúde.....	351
15.3. Contratos de Turismo.....	357
15.4. Contratos de transporte aéreo e terrestre.....	360

15.5. Comércio eletrônico.....	362
15.6. Serviços de telecomunicações	364

Capítulo 16

ALTERAÇÕES NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	369
---	-----

Capítulo 17

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E PENAIS.....	373
17.1. As infrações penais.....	376

Capítulo 18

ASPECTOS PROCESSUAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	383
---	-----

Capítulo 19

SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	391
---	-----

Capítulo 20

SÚMULAS DO STJ, STF E VINCULANTES RELACIONADAS AO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	397
Súmulas do STJ relacionadas ao Direito do Consumidor.....	399
Súmulas Vinculantes relacionadas ao Direito do Consumidor.....	407
Súmulas do STF relacionadas ao Direito do Consumidor.....	408

Anexo

QUESTÕES OBJETIVAS.....	409
GABARITO.....	464
CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	465
REFERÊNCIAS.....	495