

CURSO DE

# DIREITO

DO

# CONSUMIDOR

C O M P L E T O

JÚLIO MORAES OLIVEIRA

PREFÁCIO DE  
BRUNO MIRAGEM

+ EXERCÍCIOS  
DE FIXAÇÃO

4ª EDIÇÃO  
REVISTA,  
ATUALIZADA E  
AMPLIADA

ATUALIZADO DE  
ACORDO COM A  
LEI N. 13.425/17  
E COM O JUL-  
GAMENTO DO RE  
636331 DO STF

 editora  
D'PLÁCIDO



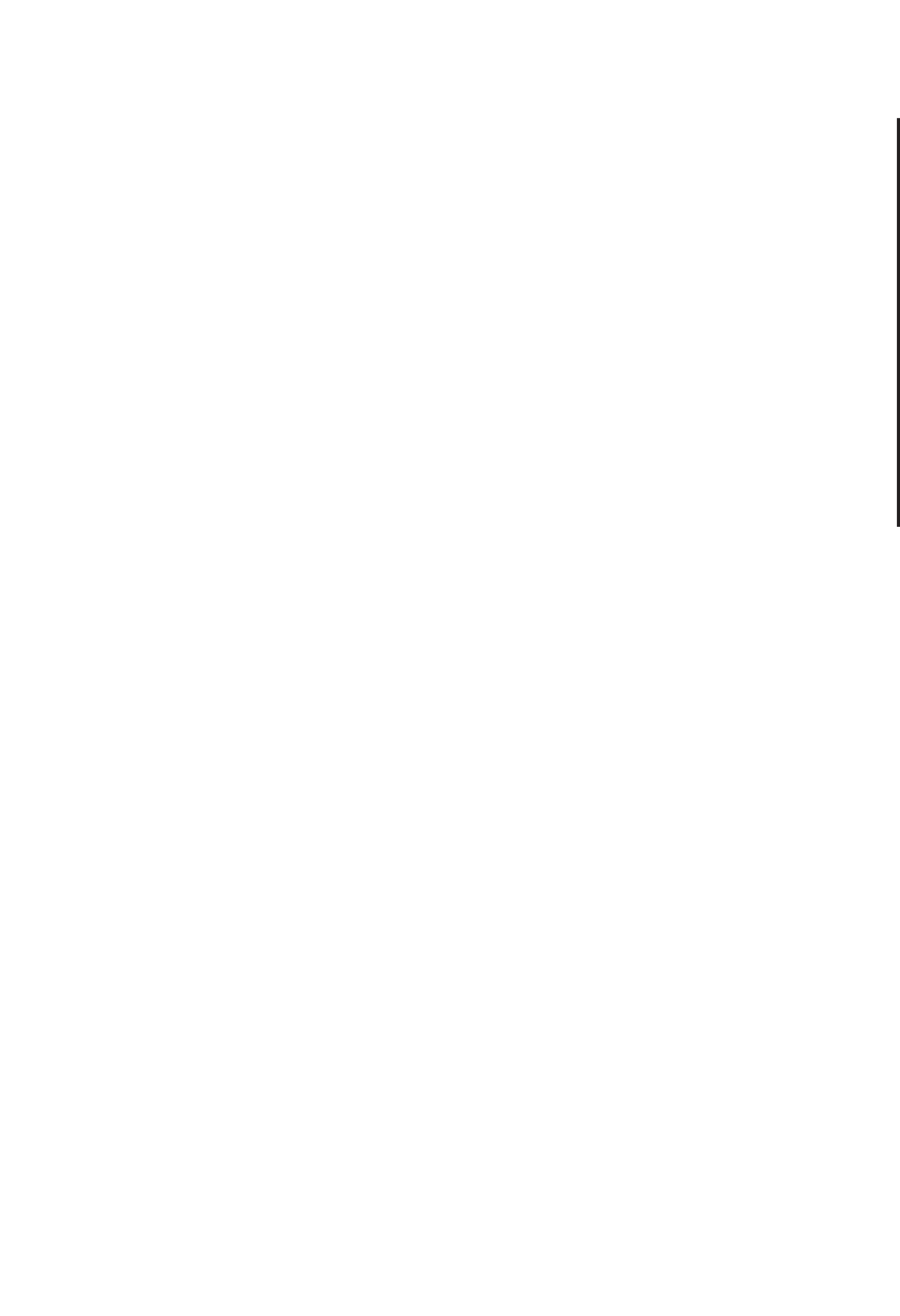
CURSO DE

**DIREITO**

DO

**CONSUMIDOR**

**C O M P L E T O**



CURSO DE

**DIREITO**

DO

**CONSUMIDOR**

**C O M P L E T O**

JÚLIO MORAES OLIVEIRA

**4ª EDIÇÃO  
REVISTA,  
ATUALIZADA E  
AMPLIADA**

**ATUALIZADO DE  
ACORDO COM A  
LEI N. 13.425/17  
E COM O JUL-  
GAMENTO DO RE  
636331 DO STF**



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

**Editor Chefe**  
*Plácido Arraes*

**Produtor Editorial**  
*Tales Leon de Marco*

**Capa, projeto gráfico**  
*Tales Leon de Marco*

**Diagramação**  
*Bárbara Rodrigues da Silva*

**Editora D'Plácido**  
Av. Brasil, 1843, Savassi  
Belo Horizonte – MG  
Tel.: 31 3261 2801  
CEP 30140-007



WWW.EDITORADPLACIDO.COM.BR

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

Catálogo na Publicação (CIP)  
Ficha catalográfica

OLIVEIRA, Júlio Moraes.

Curso de Direito do Consumidor Completo -- 4. ed. -- Belo Horizonte: Editora  
D'Plácido, 2017.

Bibliografia.

ISBN: 978-85-8425-714-0

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

CDU347

CDD342.5

GRUPO  
D'PLÁCIDO



\*  
Rodapé



# AGRADECIMENTOS À QUARTA EDIÇÃO

A quarta edição do Curso de Direito do Consumidor Completo chega às livrarias no ano de 2017, ano turbulento na política e também no direito do consumidor.

Nesta edição, meus agradecimentos vão para todos os operadores do direito que tem usado a obra em seus artigos, monografias, dissertações, sentenças, acórdãos, livros, blogs e páginas de internet. Enfim, tenho encontrado referências ao livro em todos esses trabalhos. Tal fato nos mostra que estamos no caminho certo, mas como toda obra, sempre merece reparos e melhorias, pois um livro jurídico é sempre uma obra incompleta, e enquanto eu tiver saúde e disposição para atualizá-la, eu o farei.

Gostaria de agradecer novamente aos meus alunos, principais divulgadores da obra, e à minha esposa, que especialmente nesta edição, me ajudou bastante quando me faltava tempo.

Por fim, gostaria de agradecer a Editora D'Plácido por continuar acreditando no trabalho e continuar investindo no conhecimento jurídico.





# AGRADECIMENTOS À TERCEIRA EDIÇÃO

A terceira edição do Curso de Direito do Consumidor completo chega às livrarias no ano de 2016, apenas dois anos depois de seu lançamento.

Nesta edição, gostaria de agradecer novamente aos meus alunos que adquiriram a obra e são os principais divulgadores desse trabalho.

Gostaria também de agradecer a todos aqueles citaram a obra em suas monografias, dissertações, teses, artigos jurídicos, sentenças e acórdãos.

Gostaria de agradecer também à Editora D'Plácido pela confiança e parabenizá-los por terem se tornado a principal editora jurídica do Estado de Minas, não só pela qualidade de suas publicações, bem como pelo inédito prêmio Jabuti na categoria jurídica.

E, por fim, queria agradecer minha amiga Ana Dias Torpia pelo auxílio na tradução da mensagem do Presidente Kennedy.



# AGRADECIMENTOS À SEGUNDA EDIÇÃO

Nesta segunda edição, meus agradecimentos vão para as várias pessoas que contribuíram direta ou indiretamente para o sucesso do livro.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer aos alunos que adquiriram a obra e a usaram nas aulas de direito do consumidor.

Também gostaria de agradecer à minha linda esposa Cris que sempre teve paciência nas horas em que eu ficava revisando ou atualizando o livro.

Quero agradecer a minha querida irmã Juliana que brincava comigo de escolinha quando criança e me obrigava a ser seu aluno nas aulas, acabei pegando gosto pela docência.

Como sempre, agradeço aos meus pais por tudo que fizeram por mim e por acreditarem no meu potencial.

Agradeço a todos os profissionais do direito que usaram e/ou citaram a obra, dentre eles: professores, promotores de justiça, juízes, desembargadores, alunos de graduação e pós-graduação.

Gostaria também de agradecer à Editora D'Plácido, na pessoa de seu editor chefe, Plácido Arraes por ter acreditado no nosso trabalho e ter dado o voto de confiança.

E por fim, gostaria de fazer um agradecimento especial ao Mestre e professor Bruno Miragem, não só pelo prefácio que acompanha esta segunda edição, mas também pela simpatia, simplicidade e cordialidade que sempre me dispensou.



# AGRADECIMENTOS À PRIMEIRA EDIÇÃO

Aos meus pais, José Maria de Oliveira e Sonilze Moraes Oliveira, pelo carinho e amor que sempre me dedicaram.

À minha amada noiva, Cris, por suportar minha ausência e as madrugadas que passei revisando o texto.

Aos meus queridos sobrinhos e afilhados, Letícia e Thiago, por deixarem a minha vida mais colorida e alegre nos finais de semana na terrinha Boa Esperança.

À estimada professora da Faculdade de Direito Milton Campos Miriam de Abreu Machado e Campos, que infelizmente nos deixou, obrigado por ter plantado em mim a semente e o gosto pelo direito do consumidor.

Aos meus alunos da Fapam – Faculdade de Pará de Minas e Faculdade Asa de Brumadinho, obrigado pelo carinho e atenção que sempre me dispensaram.

Ao bacharelando Gleison José Pereira Martins, um obrigado especial pelo auxílio na seleção e formatação das questões que compõem este livro.



# NOTA DO AUTOR À QUARTA EDIÇÃO

É com imensa satisfação que apresentamos a quarta edição do Curso de Direito de Consumidor Completo, lançado em 15 de fevereiro, de 2014. Mais uma vez, os livros da edição anterior se esgotaram, assim como as anteriores. Tal fato nos mostra que estamos no caminho certo na difusão e defesa dos direitos do consumidor.

O ano de 2017, politicamente foi um ano atípico, aliás, os últimos anos têm sido bastante peculiares na política brasileira. A Operação Lava-Jato revelou o submundo da política brasileira e expôs as entranhas das negociatas do poder em um país tomado pela corrupção.

No direito do consumidor, o ano de 2016 e 2017 foram anos de alguns avanços e muitas derrotas. De início pode-se apontar a criação da Lei Kiss (Lei n. 13.425/17), que aumentou o rol das práticas abusivas. Também foi o ano da aprovação da Resolução n. 4.549, CMN, como tentativa de frear ou reduzir o superendividamento.

Infelizmente, aconteceram derrotas importantes, no Supremo Tribunal Federal, o julgamento do Recurso Extraordinário (RE) 636331 e do RE com Agravo (ARE) 766618, acabou por reconhecer a prevalência dos tratados internacionais em detrimento do Código de Defesa do Consumidor nas relações que envolvam extravio de bagagem no transporte aéreo internacional. Já o STJ, entendeu ser possível a cobrança da comissão de corretagem, desde que prevista em contrato e devidamente informada, mas entendeu abusiva a cobrança da taxa SATI.

Entre avanços e retrocessos, o direito do consumidor vai evoluindo. A quarta edição ainda conta com vários julgados importantes do STJ, novas reflexões e mais algumas questões de concursos, OAB e seleções importantes de todo o país.

Esta edição ainda vem com uma última novidade, a capa dura, que torna o livro mais bonito e mais duradouro.

Que a quarta edição seja uma preparação para quinta, sexta e seguintes.

Belo Horizonte, 01 de agosto de 2017

*Júlio Moraes Oliveira*  
*juliomoliveira@hotmail.com*





# NOTA DO AUTOR À TERCEIRA EDIÇÃO

É com grande satisfação que apresentamos a terceira edição do Curso de direito do Consumidor Completo. Um livro quando é lançado precisa atingir várias expectativas: a do autor, da editora e principalmente dos leitores.

A primeira edição de qualquer obra é um teste às cegas, arrisca-se o autor, arrisca a editora, talvez por sorte, o livro possa ter uma segunda edição, mas a terceira, essa sim, é a prova de maturidade de uma obra jurídica.

Este livro alcança a sua maturidade na terceira edição revista, atualizada e ampliada.

Muito nos orgulha saber que essa simples obra atravessou o Atlântico e acabou chegando aos nossos irmãos portugueses. O livro hoje faz parte da bibliografia do Curso de Direito do Consumo de Serviços Financeiros da prestigiada Universidade Nova de Lisboa, coordenado pelo eminente professor José João Abrantes, sob a regência do ilustre professor Jorge Morais Carvalho.

O ano de 2016 será lembrado por gerações como um dos anos mais turbulentos dessa década. Estamos diante de um processo de *Impeachment* da Presidente, assustados com as revelações da operação Lava-jato, diante de uma crise econômica que há muito tempo não se via.

Todos esses elementos temperam o ano de 2016, e o ano ainda nem terminou.

No direito, as coisas não foram diferentes, em 2016 temos um novo Código de Processo Civil (Lei n. 13.105/15), que na iminência de entrar em vigor sofreu alterações ainda na *vacatio legis* pela Lei n. 13.256/16.

Esse novo diploma processual interfere em vários aspectos no direito do consumidor, como por exemplo, o art. 22, II, que trata da competência para demandas envolvendo relações de consumo quando o consumidor tiver domicílio ou residência no Brasil. Também se percebe as mudanças relativas à tutela específica da obrigação (art. 497), o incidente de desconsideração da personalidade jurídica (art. 131 e ss), a resolução de demandas repetitivas do art. 976, e as que se referem à distribuição do ônus da

prova (art. 373, §§1º a 4º). O Novo CPC também aborda a possibilidade de conhecimento de ofício da nulidade da cláusula de eleição de foro (art. 63, §3º), dentre outros aspectos importantes que refletem direta ou indiretamente no direito do consumidor.

O ano de 2016 também se destaca por várias questões relacionadas ao direito do consumidor que passaram a fazer parte dos principais noticiários. Nesse sentido, a utilização do Uber como alternativa de transporte tem gerado inúmeros conflitos em várias cidades pelo país. Também é importante destacar o julgamento do REsp. 1.558.086/SP que trata da publicidade infantil e tem sido considerado um julgamento paradigmático na proteção dos hipervulneráveis.

Também é importante destacar a edição da Súmula 550 do STJ sobre a possibilidade do uso do *Score* de crédito e a Súmula 563 determinando que o CDC não é aplicável às relações existentes entre as Entidades Fechadas de Previdência Complementar e seus beneficiários.

Outro ponto que causou polêmica antes mesmo de entrar em vigor foi a possibilidade de se limitar o acesso a *internet* pelas operadoras brasileiras, o tema foi tão polêmico que a Anatel e as empresas suspenderam por tempo indeterminado tal medida.

Vários são os avanços e atualizações presentes nesta edição que não puderam ser lembrados em tão curto espaço.

Esta edição vem acrescida do importante discurso do Presidente Kennedy enviado ao Congresso dos Estados Unidos da América, e um novo capítulo contendo Súmulas do STJ e STF, bem como súmulas vinculantes direta ou indiretamente relacionadas ao direito do consumidor.

Espera-se que essa terceira edição continue agradando a todos os seus leitores.

Belo Horizonte, dia 01 de maio de 2016.

*Júlio Moraes Oliveira*  
juliomoliveira@hotmail.com

# NOTA DO AUTOR À SEGUNDA EDIÇÃO

É com muita satisfação que trazemos a segunda edição do Curso de Direito do Consumidor Completo. Para nossa surpresa, o Curso teve uma enorme aceitação dos operadores do direito por todo o país e se esgotou em menos de um ano. Esta segunda edição vem atualizada com as principais decisões do STJ no ano de 2014 e 2015, bem como com os avanços nas principais discussões da matéria consumerista.

Pode-se ressaltar o capítulo referente ao *Scoring* de crédito que foi tema de uma audiência pública no Superior Tribunal de Justiça e posteriormente foi considerado legal pela segunda seção do mesmo tribunal no julgamento do REsp n. 1.457.199-RS. O Relator do referido recurso entendeu que o *scoring* de crédito não ofende o CDC e que a simples existência de nota desfavorável ao consumidor não dá margem a indenização por dano moral. Todavia, devem ser a ele fornecidos esclarecimentos, caso solicitados, acerca das fontes dos dados considerados, bem com as informações pessoais valoradas. A violação a uma dessas prerrogativas pode ensejar responsabilidade solidária e objetiva dos fornecedores. Também pode se responsabilizar os fornecedores, nos casos em que as informações sejam excessivas, incorretas, sensíveis ou desatualizadas.

Também acrescentamos um capítulo sobre a nova Resolução 632 da Anatel, denominada de Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Telecomunicações (RGC), que disciplina os serviços de Telecomunicações como telefonia móvel, fixa e TV por assinatura.

O ano de 2014 foi um ano extremamente importante para a segurança dos consumidores. Houve um aumento significativo no número de *recalls* no país de acordo com o Ministério da Justiça, mostrando um amadurecimento do mercado fornecedor. Apesar disso, práticas abusivas como o “*recall* branco ou disfarçado foram noticiadas por todo o território.

Já bem na iminência de se iniciar o novo ano, foi aprovado pelo Congresso o Novo Código de Processo Civil que entrará em vigor em março de 2016. O novo diploma traz consigo a esperança de uma justiça mais célere com menos embaraços para os consumidores.

Também é importante ressaltar o veto ao texto de dispositivos da Lei n. 13.129/2015, que permitiam a arbitragem nos contratos de adesão de consumo.

E por fim, infelizmente, os projetos de atualização do CDC ainda estão em discussão no Congresso e esperamos que sejam aprovados no decorrer de 2015.

O Curso mantém a divisão e os capítulos da edição anterior, bem como a linguagem fácil e objetiva que tanto foi elogiada, mas sem descuidar do apuro científico dos temas. As questões objetivas dos principais concursos públicos e da prova da OAB foram atualizadas e ampliadas.

Esperamos que esta segunda edição tenha a mesma acolhida da primeira e que o livro seja um instrumento útil de trabalho a todos os operadores do direito.

*Júlio Moraes Oliveira*  
juliomoliveira@hotmail.com

# NOTA DO AUTOR À PRIMEIRA EDIÇÃO

Em 2010, ao ingressar no curso de mestrado em direito da universidade Fumec, em Belo Horizonte, já possuía em minha mente o tema que desenvolveria na dissertação e que já vinha estudando há algum tempo. O título escolhido foi “A evolução do conceito de consumidor: do maximalismo ao finalismo mitigado – a ideia de consumidor-empresário e a vulnerabilidade como princípio vetor do sistema”. Além do orientador César Fiuza, fizeram parte da banca examinadora o Professor Daniel Vilas Boas e o Professor Nelson Rosenvald.

Posteriormente, surgiu a oportunidade de publicar a dissertação que se transformou no livro “Consumidor-empresário: a defesa do finalismo mitigado”, que, para minha surpresa, teve uma imensa aceitação de professores, estudantes e operadores do direito que militam na área. O referido livro começou a ser citado em monografias, dissertações de mestrado, trabalhos de pós-graduação e artigos jurídicos por todo o País.

Mas, sem sombra de dúvidas, a coroação da obra se deu a partir do momento em que ela foi incluída na referência bibliográfica dos maiores expoentes do direito do consumidor na atualidade: o Professor Bruno Miragem (Curso de Direito do Consumidor, 4ª edição) e a Professora Cláudia Lima Marques (Manual de Direito do consumidor, 5ª edição).

Depois da acolhida do livro anterior, que trata de um assunto pontual do Código de Defesa do Consumidor, os alunos começaram a me pressionar para desenvolver um curso que abordasse o direito do consumidor conforme é lecionado em sala.

Portanto, o presente trabalho é fruto das reflexões desenvolvidas na sala de aula e procurou, na medida do possível, manter a didática, inclusive na disposição dos capítulos, para auxiliar não só os alunos, mas também todos os operadores do direito que são apaixonados pelo direito do consumidor.

Espero que o livro tenha a mesma acolhida do anterior.

*Júlio Moraes Oliveira*  
juliomoliveira@hotmail.com



# SUMÁRIO

<b>Prefácio à 2ª edição</b> .....	27
<b>Capítulo 1</b>	
A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	29
1.1. O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL.....	40
1.2. TRADUÇÃO DA MENSAGEM DO PRESIDENTE JOHN F. KENNEDY ( <i>SPECIAL MESSAGE TO CONGRESS ON PROTECTING CONSUMER INTEREST</i> ).....	45
<b>Capítulo 2</b>	
A POSIÇÃO CONSTITUCIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	59
<b>Capítulo 3</b>	
CARACTERÍSTICAS DA LEI N. 8.078/90 (CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR).....	67
<b>Capítulo 4</b>	
A TEORIA DO DIÁLOGO DAS FONTES.....	71
<b>Capítulo 5</b>	
DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.....	77
<b>Capítulo 6</b>	
PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	87
6.1. Princípio da indisponibilidade de aplicação das normas de direito do consumidor.....	91
6.2. Princípio da Vulnerabilidade.....	92
6.3. Os tipos de vulnerabilidade.....	94
6.4. Princípio da Boa-fé.....	102

6.4.1. O Abuso do direito.....	106
6.4.1.1. Situações específicas do abuso do direito.....	109
6.4.1.2. <i>Venire contra factum proprium</i> (proibição do comportamento contraditório).....	109
6.4.1.3. A <i>supressio (verwirkung)</i> e a <i>surrectio (erwirkung)</i> .....	112
6.4.1.4. O <i>tu quoque</i> .....	113
6.4.1.5. O <i>duty to mitigate the loss</i> .....	115
6.4.1.6. <i>Substantial performance</i> .....	116
6.4.1.7. A violação positiva do contrato.....	117
6.5. Princípio da solidariedade.....	119
6.6. Princípio da harmonia das relações de consumo.....	120
6.7. Princípio da intervenção do Estado.....	122
6.8. Princípio da transparência.....	122
6.9. Princípio da confiança.....	124
6.10. Princípio da interpretação mais favorável ao consumidor ( <i>interpretatio contra stipulatorem</i> ).....	124
6.11. O princípio da inversão do ônus da prova.....	125
6.12. Princípio da vinculação.....	129

## Capítulo 7

CAMPO DE APLICAÇÃO DO CDC.....	131
7.1. O art. 2º, <i>caput</i> , o consumidor <i>stricto sensu</i> ou <i>standard</i> .....	135
7.1.1. A teoria maximalista.....	135
7.1.2. A teoria finalista.....	138
7.1.3. O finalismo mitigado, temperado, abrandado, misto ou aprofundado.....	140
7.1.4. Síntese das teorias sobre o conceito de consumidor.....	147
Teoria maximalista.....	147
Teoria Finalista.....	147
Teoria Finalista mitigada.....	148
7.2. O art. 2º, Parágrafo único (Consumidor equiparado).....	148
7.3. O art. 17, as vítimas do acidente de consumo ( <i>Bystander</i> ).....	150
7.4. O art. 29, todos expostos às práticas abusivas.....	153
7.5. O fornecedor.....	155



7.6. O objeto da relação de consumo: os produtos ou serviços e remuneração.....	159
7.7. O mercado de consumo.....	162
7.8. Os serviços públicos.....	164
7.9. Alguns casos especiais de relação de consumo.....	176
7.10. O <i>Recall</i> .....	178

## **Capítulo 8**

A RESPONSABILIDADE CIVIL.....	187
8.1. Responsabilidade Civil subjetiva.....	190
8.2. A responsabilidade civil objetiva.....	192

## **Capítulo 9**

A TEORIA DA QUALIDADE NO CDC.....	195
9.1. Teoria da qualidade.....	196
9.2. As deficiências da proteção tradicional no Direito Civil.....	196
9.3. A teoria da qualidade em seus dois aspectos.....	200
9.4. A responsabilidade pelo fato do produto e do serviço.....	200
9.4.1. Os responsáveis pelo fato do produto ou serviço (acidente de consumo).....	204
9.4.2. As excludentes da responsabilidade pelo fato do produto.....	206
9.4.3. A responsabilidade pelo fato do serviço.....	210
9.4.4. As excludentes da responsabilidade pelo fato do serviço.....	212
9.4.5. A responsabilidade subjetiva dos profissionais liberais.....	212
9.4.6. Síntese da responsabilidade pelo fato do produto ou serviço.....	215
Responsabilidade objetiva.....	215
As excludentes da responsabilidade do fornecedor pelo fato do produto.....	216
As excludentes da responsabilidade do fornecedor pelo fato do serviço.....	216
9.5. Responsabilidade pelo vício do produto ou serviço.....	216

9.5.1. O vício do produto e as opções do CDC.....	222
9.5.2. Responsabilidade pelo vício do serviço.....	225
9.5.3. Prazos para reclamar dos vícios.....	227
9.5.4. Vício oculto e o critério da vida útil.....	228
9.5.5. Causas obstativas do prazo decadencial.....	230
9.5.6. Garantia legal e contratual.....	234
9.5.7. Síntese da responsabilidade pelo vício do produto ou serviço.....	240

## **Capítulo 10**

DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA.....	243
--	-----

## **Capítulo 11**

A OFERTA E A PUBLICIDADE NO MERCADO DE CONSUMO.....	255
11.1. A oferta por telefone ou a compra pela internet.....	262
11.2. A publicidade.....	263

## **Capítulo 12**

PRÁTICAS ABUSIVAS.....	277
12.1. Condicionamento do fornecimento de produto ou serviço (art. 39, I).....	280
12.2. Recusa de atendimento à demanda do consumidor (art. 39, II).....	286
12.3. Fornecimento de produtos ou serviços não solicitados (art. 39, III).....	287
12.4. Prevalcimento da fraqueza ou ignorância do consumidor (art. 39, IV).....	289
12.5. A exigência de vantagem manifestamente excessiva (art. 39, V).....	290
12.6. Serviços sem orçamento e autorização do consumidor (art. 39, VI).....	291
12.7. Repassar informação depreciativa sobre o consumidor (art. 39, VII).....	292
12.8. Produtos ou serviços em desacordo com as normas técnicas (art. 39, VIII).....	292
12.9. Recusa de venda direta mediante pronto pagamento (art. 39, IX).....	296
12.10. Elevação de preço sem justa causa (art. 39, X).....	298
12.11. Reajuste diverso do previsto em lei ou contrato (art. 39, XI).....	301
12.12. A inexistência de prazo para o cumprimento da obrigação (art. 39, XII).....	301
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.....	303

12.14. Tabela de preços.....	304
12.15 . A cobrança de dívidas de consumo.....	304

### **Capítulo 13**

BANCOS DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMIDORES.....	311
13.1. A Lei do Cadastro Positivo (Lei nº 12.414/2011).....	320
13.2 <i>Scoring</i> de crédito.....	323

### **Capítulo 14**

A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR.....	329
14.1. Cláusulas abusivas do art. 51.....	335
14.2. Vedação da cláusula de não indenizar (art. 51, I).....	336
14.3. Subtração de reembolso (art. 51, II).....	341
14.4. Transferência de responsabilidade a terceiro (art. 51, III).....	343
14.5. Boa-fé objetiva e equilíbrio contratual (art. 51, IV).....	344
14.6. Vedação de inversão do ônus da prova (art. 51, VI).....	349
14.7. Determinação compulsória de arbitragem (art. 51, VII).....	351
14.8. Imposição de representante (art. 51, VIII).....	353
14.9. Opção exclusiva do fornecedor de concluir o contrato (art. 51, IX).....	354
14.10. Alteração unilateral do preço (art. 51, X).....	354
14.11. Cancelamento unilateral (resilição) do contrato (art. 51, XI).....	355
14.12. Ressarcimento unilateral dos custos da cobrança (art. 51, XII).....	357
14.13. Alteração unilateral do contrato (art. 51, XIII).....	357
14.14. Violação de normas ambientais (art. 51, XIV).....	358
14.15. Cláusula contrária ao sistema de proteção ao consumidor (art. 51, XV).....	358
14.16. Renúncia à indenização por benfeitorias necessárias (art. 51, XVI).....	359
14.17. Crédito e financiamento ao consumidor (art. 52).....	359
14.18. Superendividamento.....	364

### **Capítulo 15**

ALGUNS CONTRATOS DE CONSUMO.....	369
15.1. Contratos imobiliários.....	371
15.2. Contratos de Plano de assistência e seguro de saúde.....	375

15.3. Contratos de Turismo.....	382
15.4. Contratos de transporte aéreo e terrestre.....	385
15.5. Comércio eletrônico.....	387
15.6. Serviços de telecomunicações .....	389

## **Capítulo 16**

ALTERAÇÕES NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	395
---	-----

## **Capítulo 17**

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E PENAIS.....	399
17.1. As infrações penais.....	402

## **Capítulo 18**

ASPECTOS PROCESSUAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	409
---	-----

## **Capítulo 19**

SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	417
---	-----

## **Capítulo 20**

SÚMULAS DO STJ, STF E VINCULANTES RELACIONADAS AO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	423
Súmulas do STJ relacionadas ao Direito do Consumidor.....	421
Súmulas Vinculantes relacionadas ao Direito do Consumidor.....	429
Súmulas do STF relacionadas ao Direito do Consumidor.....	430

## **Anexo**

QUESTÕES OBJETIVAS.....	437
GABARITO.....	505
CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	507
REFERÊNCIAS.....	537

<b>Sobre o autor</b> .....	551
----------------------------	-----

## PREFÁCIO À 2ª EDIÇÃO

É com grande satisfação que recebemos o convite para prefaciara obra “Curso de Direito do Consumidor Completo”, de autoria do professor mineiro Júlio Moraes Oliveira, em sua segunda edição. Autor já conhecido e respeitado no Brasil, por sua contribuição ao exame da interpretação de consumidor e as hipóteses de equiparação legal, de que tratou na obra “Consumidor-empresário: a defesa do finalismo mitigado”<sup>1</sup>, o Professor Júlio Moraes Oliveira, com entusiasmo, propôs-se a sistematizar agora um estudo abrangente do direito do consumidor brasileiro, por intermédio de um curso sobre a matéria.

A principal ambição do professor de uma disciplina é a de redigir um curso sobre ela, onde possa expor, de modo organizado, todo seu objeto de estudo. A tarefa, contudo, não é fácil. O domínio abrangente de uma disciplina não apenas exige anos de docência sobre ela, senão igualmente, uma incessante atividade de pesquisa, aliada à experiência de advogado e a serenidade para tornar o complexo simples, acessível ao leitor, que ademais busca em um Curso, obra onde possa aprender sobre seu objeto.

O professor Júlio Moraes Oliveira lançou-se a este desafio. E produziu o seu Curso, abrangendo a formação do direito do consumidor, seu fundamento constitucional, a estrutura do Código de Defesa do Consumidor e seu campo de aplicação, os princípios que informam a disciplina e os direitos básicos do consumidor. Da mesma forma, sempre bebendo das melhores fontes, expõe de modo claro a nova concepção da responsabilidade por danos aos consumidores presente no CDC, a partir da teoria da qualidade, avança sobre o estudo das práticas abusivas, a proteção contratual do consumidor e a disciplina dos bancos de dados. E em seguida, examina alguns contratos de consumo, bem como aspectos da proteção administrativa do consumidor e os aspectos processuais do Código de Defesa do Consumidor. Não bastando tudo isso, mostra-se absolutamente

---

<sup>1</sup> OLIVEIRA, Júlio Moraes. *Consumidor empresário: a defesa do finalismo mitigado*. Belo Horizonte: Arraes, 2012.

# DIREITO DO CONSUMIDOR

A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR • A POSIÇÃO CONSTITUCIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR • CARACTERÍSTICAS DA LEI N. 8.078/90 (CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR) • A TEORIA DO DIÁLOGO DAS FONTES • DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR • PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR • CAMPO DE APLICAÇÃO DO CDC • A RESPONSABILIDADE CIVIL • A TEORIA DA QUALIDADE NO CDC • DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA • A OFERTA E A PUBLICIDADE NO MERCADO DE CONSUMO • PRÁTICAS ABUSIVAS • BANCOS DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMIDORES • A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR • ALGUNS CONTRATOS DE CONSUMO • ALTERAÇÕES NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR • SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E PENAS • ASPECTOS PROCESSUAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR • SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR • QUESTÕES OBJETIVAS

**INDICADO PARA OS CURSOS:**

**DIREITO**

**ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

**MARKETING**

**RECOMENDADO A:**

**PROFESSORES**

**ALUNOS**

**PROFISSIONAIS**

**+ EXERCÍCIOS  
DE FIXAÇÃO**

**CONTEÚDO  
REVISTO E  
ATUALIZADO**



editora  
**D'PLÁCIDO**

ISBN 978-85-8425-641-9



9 788584 257140