



PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO

Componente Curricular:	Direito do Consumidor								
Unidade Ofertante:	Faculdade de Direito								
Código:	GDR049	Período/Série:	10º	Turma:	A e J				
Carga Horária:				Natureza:					
Teórica:	60	Prática:	0	Total:	60	Obrigatória:	(X)	Optativa:	()
Professor(A):	Keila Pacheco Ferreira					Ano/Semestre:	2022/2		
Observações:	Período letivo: 27/02/2023 a 29/06/2023								

2. EMENTA

1. Introdução ao direito do consumidor
2. Estrutura sistemática.
3. Relação jurídica de consumo e conceitos gerais.
4. Princípios gerais do Direito do Consumidor e técnica jurídica.
5. Direitos básicos e efetividade dos direitos fundamentais.
6. Qualidade dos produtos e serviços.
7. Responsabilidade pelo fato do produto.
8. Responsabilidade pelo fato do serviço.
9. Responsabilidade pelo vício do produto.
10. Responsabilidade pelo vício na prestação de serviço.
11. Responsabilidade na prestação de serviços públicos.
12. Decadência e prescrição.
13. Desconsideração da personalidade jurídica.
14. Oferta, mercado e a imposição de consumo: *locus* de todos.
15. Publicidade.
16. O abuso do direito e o limite ao exercício de posição jurídica.
17. Cobrança de dívidas.
18. Bancos de dados, cadastro e exclusão do mercado.
19. Negociação individualizada e negociação *standard*.
20. Teoria geral das cláusulas abusivas.
21. Contratos de adesão.

3. JUSTIFICATIVA

O estudo do direito do consumidor na sistemática jurídica atual possui importantes reflexos na vida econômica e social do mundo pós-moderno e consumerista. Por meio do estabelecimento de relações jurídicas de consumo, estrutura-se o regime econômico e a circulação de produtos e serviços. Contudo, há que se ressaltar que a defesa do consumidor é alçada à categoria de direito fundamental na Constituição Federal brasileira (art. 5º, inciso XXXII, CF/88), em reconhecimento à vulnerabilidade desse sujeito constitucionalmente identificado. Portanto, recebe tutela especial, na medida em que os instrumentos jurídicos atuam para a realização da dignidade da pessoa humana e seus valores existenciais.

4. OBJETIVO

Objetivo Geral:

- Proporcionar ao futuro profissional da área jurídica domínio dos princípios fundamentais e das normas que regem o Direito do Consumidor, capacitando-o para solucionar situações práticas.

Objetivos Específicos:

1. Identificar o mercado como ambiente tutelado pela Constituição Federal tendo como principal ator o agente de consumo, destinatário final de produtos e serviços, consubstanciado atualmente como portador de direito fundamental e carente do imperativo de tutela do Estado.
2. Compreender os elementos constitutivos da relação jurídica de consumo, dominando os conceitos de consumidor, fornecedor, produto e serviço, assim como os princípios, objetivos e direitos que orientam a Política Nacional das Relações de Consumo.
3. Assimilar as normas que orientam a responsabilidade civil por danos causados ao consumidor, bem como as práticas comerciais e a proteção contratual.
4. Compreender a transdisciplinaridade do Direito do Consumidor e sua interação com outros sistemas e microsistemas legislativos (diálogo de fontes).

5. PROGRAMA

1. INTRODUÇÃO AO DIREITO DO CONSUMIDOR

- 1.1 Consumidor: agente social destacado
- 1.2 Importância da teoria geral do direito do consumidor
- 1.3 Aspectos históricos gerais.
- 1.4 Aspectos históricos específicos.
- 1.5 A ideia de consumidor na era pós-moderna.

2. ESTRUTURA SISTEMÁTICA

- 2.1 Estratégia constitucional.
- 2.2 Lei imperativa.
- 2.3 Direito privado setorial e diálogo de fontes.
- 2.4 O direito do consumidor como direito fundamental.
- 2.5 O CDC no tempo.

3. RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO E CONCEITOS GERAIS

- 3.1 Conceito de consumidor.
 - 3.1.1 Consumidor equiparado.
 - 3.1.1.1 O consumidor-coletividade.
 - 3.1.1.2 O consumidor-vítima.

- 3.1.1.3 O consumidor-intermediário.
- 3.2 Conceito de fornecedor.
- 3.3 Conceito de produto.
- 3.4 Conceito de serviço.
- 4. PRINCÍPIOS GERAIS DO DIREITO DO CONSUMIDOR E TÉCNICA JURÍDICA**
- 4.1 A vulnerabilidade na sociedade de riscos.
- 4.2 A boa-fé nas relações de consumo.
- 4.3 O equilíbrio nas relações de consumo.
- 4.4.A autonomia privada e o contrato como fato social.
- 4.5 Estado e inadimplemento constitucional.
- 5. DIREITOS BÁSICOS E EFETIVIDADE DE DIREITOS FUNDAMENTAIS**
- 5.1 Proteção à vida, à saúde e segurança.
- 5.2 Pedagogia do consumo.
- 5.3 Informação.
- 5.4 Confiança e veracidade das ofertas.
- 5.5 Proibição do abuso de direito.
- 5.6 Revisão contratual genética e funcional.
- 5.7 Prevenção e reparação a danos.
- 5.8. Abuso do direito (antijuricidade formal e antijuricidade material)
- 5.9 Acesso à justiça.
- 5.9.1 Inversão do ônus e cooperação.
- 5.9.9.1 Regra geral
- 5.9.9.2 Regra específica a casos determinados (carga dinâmica)
- 5.9.9.3 Regra contratual (responsabilidade subjetiva com presunção de culpa).
- 5.10 Eficiência no serviço público.
- 6. QUALIDADE DOS PRODUTOS E SERVIÇOS**
- 6.1 Normalidade.
- 6.2 Anormalidade.
- 6.3 Retirada do produto ou serviço.
- 6.4 Recall (contrapublicidade).
- 6.5 A quem o dever normativo se impõe.
- 7. RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO**
- 7.1 O defeito do produto como inservibilidade.
- 7.1.1 Defeitos de criação.
- 7.1.2 Defeitos de execução.
- 7.1.3 Defeitos de informação.
- 7.1.4 Critérios normativos de aferição do defeito.
- 7.2 O dever de indenizar.
- 7.1 Responsabilidade objetiva.
- 7.2 Excludentes ao fornecedor.
- 7.3 Responsabilidade subsidiária do comerciante.
- 8. RESPONSABILIDADE PELO FATO DO SERVIÇO**
- 8.1 O defeito do serviço como inservibilidade.
- 8.1.1 Tipos de defeitos do serviço.
- 8.1.2 Critérios normativos de aferição do defeito.
- 8.2 O dever de indenizar.
- 8.2.1 Responsabilidade objetiva.
- 8.2.2 Excludentes ao fornecedor.
- 8.2.3 O profissional liberal entre a responsabilidade subjetiva com presunção de culpa e o risco da atividade.
- 9. RESPONSABILIDADE PELO VÍCIO DO PRODUTO**
- 9.1 O vício do produto como inservibilidade.
- 9.1.1 Tipos de vício do produto (qualidade e quantidade).
- 9.1.2 Critérios normativos de aferição do produto viciado.
- 9.2 Responsabilidade objetiva e solidária.
- 9.2.1. A ignorância do fornecedor.
- 9.2.2 A garantia é legal.
- 9.2.3 A ineficácia da cláusula de não indenizar.
- 9.3 Direitos do consumidor lesado pelos vícios.
- 9.3.1 A substituição do produto.
- 9.3.2 A restituição e perdas e danos.
- 9.3.3 O abatimento proporcional do preço.
- 9.3.4 Possibilidade de dilatação de prazo decadencial.
- 10. RESPONSABILIDADE PELO VÍCIO NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO**
- 10.1 Critérios normativos de aferição do vício na prestação de serviço.
- 10.2 Responsabilidade objetiva e solidária.
- 10.3 Direitos do consumidor lesado.
- 10.3.1 A reexecução da prestação de serviço (e a confiança).
- 10.3.2 A restituição e perdas e danos.
- 10.3.3 O abatimento proporcional do preço.
- 10.3.4 Cláusula implícita de dever pós-contratual.
- 11. RESPONSABILIDADE NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PÚBLICOS**
- 11.1 Princípios gerais.
- 11.2 A Administração Pública serviente.
- 12. DECADÊNCIA E PRESCRIÇÃO**
- 12.1 Aspectos gerais.
- 12.2 Prazos decadenciais.
- 12.2 Prazos prescricionais.
- 12.3 Suspensão e interrupção de prazos.
- 13. DESCONSIDERAÇÃO DA PESSOA JURÍDICA**
- 13.1 Hipóteses específicas.
- 13.2 Cláusula geral de desconsideração (an debeatur).
- 13.3 Contratos conexos, em rede e relacionais.
- 13.3.1 Responsabilidade solidária.
- 13.3.2 Responsabilidade subsidiária.
- 13.3.3 Responsabilidade subjetiva.
- 14. OFERTA, MERCADO E A IMPOSIÇÃO DO CONSUMO: LOCUS DE TODOS**

- 14.1 Oferta, propaganda, publicidade e marketing.
- 14.2 Teoria da declaração na ótica pós-moderna (responsabilidade e confiança).
- 14.3 Princípios (cognoscibilidade e vínculo).
- 14.4 Requisitos.
- 14.5 Efeitos
- 14.5.1 Inadimplemento absoluto
- 14.5.2 Adimplemento imperfeito
- 14.5.3 Execução específica
- 15. PUBLICIDADE**
- 15.1 Conceito.
- 15.2 Ônus empresarial da prova quanto ao prometido.
- 15.3 A publicidade enganosa e a nova perspectiva da má-fé.
- 15.4 A publicidade abusiva e o abandono da eticidade.
- 15.5. A publicidade enganosa por omissão e o dever de informar.
- 16. O ABUSO DO DIREITO E O LIMITE AO EXERCÍCIO DE POSIÇÃO JURÍDICA**
- 16.1 Práticas indicativas de abuso do direito (rol exemplificativo).
- 16.2 O orçamento: informações essenciais e boa-fé nas tratativas (fase pré-contratual).
- 16.3 Produtos e serviços sujeitos ao controle do poder público (intervencionismo direto e contratos de prestação de serviços relacionais)
- 17. COBRANÇA DE DÍVIDAS**
- 17.1 Cobrança de dívidas, inadimplência e o dever de proteção ao alter
- 17.2 Cobrança de dívidas e o direito ao sossego
- 17.3 A responsabilidade civil pela cobrança indevida: o consumidor não inadimplente
- 18. BANCOS DE DADOS, CADASTRO E EXCLUSÃO DO MERCADO**
- 18.1 O direito à informação sobre si face o conhecimento dos outros
- 18.2 A equiparação dos órgãos privados de informação às conseqüências de direito público
- 18.2 Requisitos
- 18.2.1 Cadastros objetivos, claros e verdadeiros, mediante linguagem acessível
- 18.2.2 Prazo de eficácia e prescrição do débito do consumidor
- 18.3 O devido processo legal da negativação (§ 2º e 3º)
- 18.4 O banco de dados invertido: o cadastro do fornecedor para a depuração do mercado
- 19. NEGOCIAÇÃO INDIVIDUALIZADA E NEGOCIAÇÃO STANDARD**
- 19.1 'Assinatura mágica' versus dever de esclarecimento (conhecimento prévio do conteúdo)
- 19.2 A boa-fé na obrigação como processo (deveres anexos)
- 19.3 Hermenêutica e interpretação do contrato de consumo
- 19.4 A força vinculativa das tratativas
- 19.5 Prazo de reflexão
- 19.6 Garantia contratual
- 20. TEORIA GERAL DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS**
- 20.1 Novamente o abuso de direito
- 20.2 Concepção européia de cláusulas abusivas e a passagem para o desequilíbrio significativo
- 20.3 Tipos de cláusulas proibidas (leoninas, potestativas e abusivas)
- 20.3.1 Cláusulas eximentes de indenização
- 20.3.2 Cláusulas eximentes de restituição (decaimento)
- 20.3.3 Cláusulas de transferência
- 20.3.4 Cláusulas de prejuízo processual (inversão do ônus da prova e arbitragem)
- 20.3.5 Cláusulas mandato
- 20.3.6 Cláusulas eximentes da obrigação ao fornecedor
- 20.3.7 Cláusulas de variação de preço do contrato
- 20.3.8 Cláusulas unilaterais de cancelamento ou modificação do vínculo
- 20.3.9 Cláusulas impositivas de custos de cobrança
- 20.3.10 Cláusulas ofensivas ao meio ambiente e ao sistema consumerista
- 20.4 Regras para aferição da justiça contratual
- 20.5 Princípio da conservação do contrato
- 20.6 Legitimidade difusa do MP para controle do poder legislativo do empresário
- 20.7 Dever de informação e abatimento de encargos
- 20.8 Compensação da fruição e enriquecimento sem causa
- 21. DOS CONTRATOS DE ADESÃO**
- 21.1 Conceito normativo
- 21.2 A cláusula resolutória deve ser alternativa (novamente deveres anexos)
- 21.3 Técnica normativa de redação (fim do consensualismo)
- 21.4 Cláusulas de destaque

6. METODOLOGIA

O conteúdo da disciplina será desenvolvido de forma presencial e síncrona, em sala de aula, e também por meio de atividades assíncronas, com a utilização da plataforma Microsoft Teams, equipe denominada "Consumidor A" (turma 10º A) e "Consumidor J" (turma 10º J). A professora realizará a inserção dos alunos na turma, conforme lista de matriculados.

A plataforma Microsoft Teams será utilizada para a postagem de materiais, como slides de aula, textos para leitura, exercícios de fixação e recebimento de atividades avaliativas. As técnicas de ensino que serão utilizadas compreendem seminários, debates, painéis, estudos dirigidos, aulas expositivas, exposições dialogadas, desenvolvimento de pesquisas, dinâmicas de grupo e exercícios. Os recursos didáticos em sala de aula serão o quadro e giz, lousa branca, recursos audiovisuais como o data-show.

7. AVALIAÇÃO

Os/as estudantes serão submetidos a controle de frequência, 2 provas bimestrais e 3 atividades avaliativas (trabalhos).

PROVA BIMESTRAL	Data	Valor
1ª prova	Turma J - 27/04/2023 Turma A - 28/04/2023	30,0
2ª prova	Turma J - 15/06/2023 Turma A - 16/06/2023	30,0

ATIVIDADE AVALIATIVA - AT (trabalhos)	Data	Valor
1ª AT	Turma J - 30/03	10,0

	Turma A - 31/03	
2ª AT	Turma J - 18/05 Turma A - 19/05	15,0
3ª AT	Turma J - 01/06 Turma A - 02/06	15,0

AVALIAÇÃO (PROVA) DE RECUPERAÇÃO DE APRENDIZAGEM – 22 de junho 2023 (turma J) e 23 de junho 2023 (turma A) - Valor: 60,0 (sessenta pontos), abrangendo a matéria do semestre inteiro, para discentes que possuam frequência acima de 75% e nota inferior ao mínimo.

8. BIBLIOGRAFIA

Básica (OBS: buscar edições atualizadas com a Lei 14.181/21, a “Lei do Superendividamento”)

MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe; Benjamin, Antonio Herman de Vasconcellos. Manual de Direito do Consumidor. São Paulo: RT, 2022.

MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: RT, 2022.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. Manual de Direito do Consumidor. São Paulo: Método, 2022.

Complementar (OBS: os anos das edições não foram indicados, buscar sempre a mais recente)

BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Editora Edições 70.

BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; VIAL, Sophia Martini. Comentários à lei 14.181/2021: a atualização do CDC em matéria de superendividamento. Editora Revista dos Tribunais.

BRAUNER, Daniela Corrêa Jacques. Igualdade, diversidade e vulnerabilidade: revisitando o regime das incapacidades rumo a um direito privado solidário de proteção à pessoa. Editora Revista dos Tribunais.

DIAS, Lucia Ancona Lopes de Magalhães. Publicidade e Direito. Editora Revista dos Tribunais.

DUQUE, Marcelo Schen. Direito privado e constituição: drittwirkung dos direitos fundamentais, construção de um modelo de convergência à luz dos contratos de consumo. Editora Revista dos Tribunais.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. Editora GEN/Forense.

LIMA, Clarisa Costa. O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores. Editora Revista dos Tribunais.

LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Editora Companhia das Letras.

MARQUES, Cláudia Lima (coord.). Diálogo das fontes: novos estudos sobre a coordenação e aplicação das normas no direito brasileiro. Editora Thomson Reuters Brasil.

MARQUES, Cláudia Lima, LORENZETTI, Ricardo Luis; MIRAGEM, Bruno; CARVALHO, Diógenes Faria. Contratos de serviços em tempos digitais: contribuição para uma nova teoria geral dos serviços e princípios de proteção dos consumidores. Editora Revista dos Tribunais.

MARTINS, Guilherme Magalhães. Responsabilidade civil por acidente de consumo na internet. Editora Thomson Reuters Brasil.

MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Cláudia Lima. O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis. Editora Revista dos Tribunais.

PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. Defesa da concorrência e bem-estar do consumidor. Editora Revista dos Tribunais.

SCHMITT, Cristiano Heineck. Consumidores hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo. Editora Atlas.

SCHMITT, Cristiano Heineck. Cláusulas abusivas nos contratos de consumo. Editora Revista dos Tribunais.

VERBICARO, Dennis. Consumo e cidadania: identificando os espaços políticos de atuação qualificada do consumidor. Editora Lumen Juris.

VERBICARO, Dennis; VERBICARO, Loiane; VIEIRA, Janaina. Direito do consumidor digital. Editora Lumen Juris.

9. APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado realizada em: ____/____/____

Coordenação do Curso de Graduação: _____



Documento assinado eletronicamente por **Keila Pacheco Ferreira, Professor(a) do Magistério Superior**, em 07/02/2023, às 00:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **4246272** e o código CRC **F9BD672C**.