



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Faculdade de Direito

Av. João Naves de Ávila, 2121 - Bloco 3D - Bairro Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902

Telefone: 3239-4226 - www.fadir.ufu.br



PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO

Componente Curricular:	DIREITO DO CONSUMIDOR - ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO							
Unidade Ofertante:	FACULDADE DE DIREITO							
Código:	FADIR31012	Período/Série:	10º		Turma:	A e J		
Carga Horária:					Natureza:			
Teórica:	0	Prática:	60 horas	Total:	60 horas	Obrigatória (x)	Optativa ()	
Professor(A):	KEILA PACHECO FERREIRA				Ano/Semestre:	2026-2		
Observações:	keilapacheco@ufu.br							

2. EMENTA

Introdução histórico-sistemática, dogmático-filosófica e socioeconômica do Direito do Consumidor brasileiro. A identificação da relação jurídica de consumo. Princípios gerais do Direito do Consumidor. Direitos básicos e efetividade de direitos fundamentais. Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço. Responsabilidade por vício do produto e do serviço. Oferta e publicidade. Práticas abusivas. Banco de dados e cadastro de consumidores. Proteção contratual, contratos de adesão e cláusulas abusivas. Prevenção e tratamento do superendividamento. Elaboração de materiais informacionais.

3. JUSTIFICATIVA

O Direito do Consumidor constitui instrumento fundamental de concretização de direitos fundamentais e de promoção do equilíbrio nas relações econômicas e sociais, assumindo especial relevância diante das transformações contemporâneas do mercado de consumo. A expansão do comércio eletrônico, das plataformas digitais, dos serviços financeiros digitais e da utilização de dados pessoais e de sistemas de inteligência artificial, bem como o crescimento das fraudes digitais, das novas formas de publicidade e oferta de crédito e das situações de superendividamento, produzem novas manifestações da vulnerabilidade do consumidor e demandam respostas jurídicas, educativas e sociais adequadas.

Como Atividade Curricular de Extensão, o componente articula a formação jurídica dos estudantes à interação dialógica com a sociedade, possibilitando a identificação de problemas concretos vivenciados pelos consumidores e o desenvolvimento de ações voltadas à informação, educação, orientação e proteção nas relações de consumo.

As ações e projetos extensionistas desenvolvidos no âmbito do componente curricular integrarão o projeto guarda-chuva "Balcão do Consumidor", que funcionará como eixo articulador das diferentes frentes de atuação dos estudantes.

Sob essa estrutura comum, poderão ser desenvolvidas ações de educação para o consumo, informação e orientação jurídica, prevenção de conflitos, identificação de demandas e vulnerabilidades, produção e disseminação de conteúdos informacionais e outras formas de intervenção junto à comunidade. As atividades poderão assumir formatos presenciais, digitais ou híbridos, ser realizadas em parceria com instituições e organizações da sociedade e ser direcionadas a diferentes públicos, considerando suas necessidades e vulnerabilidades específicas.

A proposta articula-se ao Projeto Pedagógico do Curso de Direito ao favorecer a integração entre ensino, extensão e realidade social, contribuindo para uma formação jurídica crítica, ética e socialmente comprometida e para o desenvolvimento de competências relacionadas à identificação de problemas, aplicação do conhecimento jurídico, comunicação com diferentes públicos e construção de soluções voltadas à efetivação dos direitos dos consumidores.

4. OBJETIVO

Objetivo Geral:

Promover a interação e a troca de saberes, conhecimentos e práticas entre a Universidade e os demais setores da sociedade civil, de maneira a viabilizar uma formação com consciência crítica, capaz de contribuir para a superação das desigualdades sociais, demonstrando o compromisso das Instituições de Ensino Superior Públicas com a transformação da realidade.

Objetivos Específicos:

I - promover a formação crítica e cidadã dos estudantes, articulando os conhecimentos do Direito do Consumidor à compreensão de problemas concretos e contemporâneos das relações de consumo;

II - promover a interação dialógica entre Universidade e sociedade, identificando demandas e vulnerabilidades dos consumidores e democratizando o acesso ao conhecimento jurídico;

III - planejar e desenvolver ações extensionistas vinculadas ao projeto guarda-chuva Balcão do Consumidor, voltadas à educação para o consumo, informação, orientação, prevenção de conflitos e proteção dos consumidores;

IV - abordar os desafios contemporâneos da proteção do consumidor, especialmente aqueles relacionados às transformações tecnológicas, à digitalização das relações de consumo e ao superendividamento;

V - desenvolver intervenções e materiais informacionais em formatos presenciais, digitais ou híbridos, adequados aos diferentes públicos, avaliando os resultados e o alcance social das ações realizadas.

5. PROGRAMA

1 - Introdução histórico-sistemática, dogmático-filosófica e socioeconômica do Direito do Consumidor brasileiro

1.1. Origens históricas

1.2. A proteção afirmativa do consumidor como mandamento constitucional, direito fundamental e princípio da ordem econômica

1.3. O Direito do Consumidor como direito privado solidário

1.4. Da igualdade formal ao princípio favor debilis

1.5. O Código de Defesa do Consumidor como microsistema, lei de ordem pública e interesse social

1.6. Reflexos da massificação e assédio na sociedade de consumo pós-moderna no reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor

2 - A identificação da relação jurídica de consumo

- 2.1. O consumidor standard e correntes de interpretação: finalista; maximalista; finalismo aprofundado
- 2.2. Os consumidores equiparados: coletividade; vítimas de acidentes de consumo; expostos às práticas comerciais
- 2.3. A definição jurídica de fornecedor e reflexos da economia do compartilhamento
- 2.4. O objeto da relação jurídica de consumo: definição de produto; definição de serviço e os critérios da remuneração econômica direta e indireta
- 2.5. O serviço público como objeto da relação de consumo
- 2.6. Relações de consumo em plataformas digitais, marketplaces e novos modelos de negócios digitais

3 - Princípios gerais do Direito do Consumidor

- 3.1. Princípio da vulnerabilidade, hipervulnerabilidade ou vulnerabilidade agravada
- 3.2. Princípio da solidariedade
- 3.3. Princípio da boa-fé
- 3.4. Princípio do equilíbrio
- 3.5. Princípio da intervenção do Estado
- 3.6. Princípio da efetividade
- 3.7. Princípio da harmonia nas relações de consumo
- 3.8. Princípio da educação financeira e ambiental
- 3.9. Princípio da evitabilidade da exclusão social do consumidor (prevenção e tratamento do superendividamento)
- 3.10. Vulnerabilidade digital e novas formas de vulnerabilidade do consumidor na sociedade tecnológica

4 - Direitos básicos e efetividade de direitos fundamentais

- 4.1. Vida, saúde e segurança
- 4.2. Informação
- 4.3. Combate ao abuso de direito (proteção contra práticas e cláusulas abusivas)
- 4.4. Equilíbrio contratual
- 4.5. Manutenção do contrato
- 4.6. Prevenção e efetiva reparação de danos
- 4.7. Acesso à justiça, facilitação de defesa e inversão do ônus da prova
- 4.8. Adequação e eficácia de serviços públicos
- 4.9. Crédito responsável, educação financeira, prevenção e tratamento do superendividamento
- 4.10. Preservação do mínimo existencial

5 - Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço

- 5.1. Proteção à saúde e segurança
 - 5.1.1. A responsabilidade civil entre a prevenção (ex ante) e a reparação (ex post) de danos
 - 5.1.2. A relatividade da noção de segurança e dever de informação
 - 5.1.3. Periculosidade inerente
 - 5.1.4. Periculosidade adquirida
 - 5.1.5. Periculosidade exagerada
 - 5.1.6. Recall (contrapublicidade)
- 5.2. Critérios normativos de aferição do defeito do produto
 - 5.2.1. Classificação dos defeitos
 - 5.2.2. Os responsáveis pelo dever de indenizar
 - 5.2.3. Responsabilidade objetiva
 - 5.2.4. Causas de exclusão da responsabilidade
 - 5.2.5. Os riscos do desenvolvimento
 - 5.2.6. A responsabilidade subsidiária do comerciante
- 5.3. Critério normativos de aferição do defeito do serviço
 - 5.3.1. Os responsáveis pelo dever de indenizar
 - 5.3.2 Responsabilidade objetiva
 - 5.3.4 Causas de exclusão da responsabilidade
 - 5.3.5 A responsabilidade dos profissionais liberais por fato do serviço

- 5.4. Prazo prescricional
- 5.5. Responsabilidade do fornecedor por acidente de consumo na internet
- 5.6. Responsabilidade dos provedores de internet por conteúdo gerado por terceiros no Marco Civil da Internet

6 - Responsabilidade por vício do produto e do serviço

- 6.1. Vício do produto no CDC
 - 6.1.1. Tipos de vício do produto (qualidade e quantidade)
 - 6.1.2. Critérios normativos de aferição do produto viciado
 - 6.1.3. Responsabilidade objetiva e solidária
 - 6.1.4. A ignorância do fornecedor
 - 6.1.5. Direitos do consumidor lesado
 - 6.1.6. O prazo de 30 dias
- 6.2. Vício do serviço no CDC
 - 6.2.1. Caracterização de vício do serviço
 - 6.2.2. Responsabilidade objetiva e solidária
 - 6.2.3. Direitos do consumidor lesado
 - 6.2.4. Cláusula implícita de dever pós-contratual
- 6.3. Prazo decadencial
 - 6.3.1. O vício oculto e o critério da vida útil para início da contagem do prazo decadencial
 - 6.3.2. Causas obstativas do prazo decadencial
 - 6.3.3. Relação entre os prazos de garantia legal e contratual
- 6.4. Responsabilidade na prestação de serviços públicos
 - 6.4.1. Princípios gerais
 - 6.4.1. Essencialidade e suspensão do fornecimento por inadimplemento

7 - Oferta e publicidade

- 7.1. Oferta, publicidade, mercado e assédio ao consumo
- 7.2. A oferta de consumo
 - 7.2.1. Princípio da vinculação e pressupostos de incidência
 - 7.2.2. Conteúdo da oferta e dever de informar
 - 7.2.3. Embalagem e rotulagem
 - 7.2.4. Efeitos da recusa de cumprimento da oferta
 - 7.2.5. Sujeitos responsáveis
- 7.3. O regime jurídico da publicidade
 - 7.3.1. Fundamento constitucional da atividade publicitária
 - 7.3.2. Publicidade: conceito, tipos, distinções e eficácia vinculativa
 - 7.3.3. Princípios informadores
 - 7.3.4. Publicidade enganosa e vedação
 - 7.3.5. Publicidade abusiva e vedação
 - 7.3.6. Publicidade dirigida ao público infanto-juvenil
 - 7.3.7. Publicidade e redes sociais: influenciadores digitais, publicidade direcionada e novas estratégias de persuasão no ambiente digital
 - 7.3.8. Ônus da prova na publicidade
 - 7.3.9. Autorregulamentação publicitária
 - 7.3.10. Interfaces digitais, padrões obscuros (*dark patterns*) e manipulação da decisão do consumidor
- 7.4. Vedações quanto à oferta de crédito e prevenção ao superendividamento (art. 54-C) e sanções aplicáveis (art. 54-D, parágrafo único)

8 - Práticas abusivas

- 8.1. Abuso do direito e critérios para identificação e interpretação das práticas abusivas
- 8.2. Elenco exemplificativo de práticas abusivas
 - 8.2.1. Relativas à formação contratual
 - 8.2.2. Relativas à execução contratual
 - 8.2.3. Relativas ao superendividamento (art. 54-G)
- 8.3. Proteção do consumidor e cobrança de dívidas
 - 8.3.1. Limites ao exercício do direito de crédito pelo fornecedor
 - 8.3.2. Cobrança de dívida e direito ao sossego

- 8.3.3. Cobrança indevida de dívidas de consumo e responsabilidade civil
- 8.4. Sanções civis, administrativas e penais
- 8.5. Práticas abusivas no ambiente digital e utilização de tecnologias na indução e manipulação do comportamento do consumidor

9 - Banco de dados e cadastro de consumidores

- 9.1. Distinção entre bancos de dados e cadastros de consumidores
- 9.2. Bancos de dados de proteção ao crédito
- 9.3. Informações positivas e negativas
- 9.4. Registros irregulares e sanções
 - 9.4.1. Direito à comunicação de registro de informação negativa
 - 9.4.2. Direito de acesso às informações
 - 9.4.3. Direito à retificação
 - 9.4.4. Habeas data
- 9.5. Limites temporais das informações negativas
- 9.6. Cadastro positivo
 - 9.6.1. Informações excessivas e informações sensíveis
 - 9.6.2. Direitos do cadastrado
 - 9.6.3. Nota ou pontuação de crédito (credit scoring)
 - 9.6.4. Limite temporal de informação positiva
- 9.7. Informações sobre fornecedores e cadastro de reclamações fundamentadas
- 9.8. Origem dos dados, compartilhamento das informações e princípios aplicáveis da Lei Geral de Proteção de Dados
- 9.9. Proteção de dados, perfilamento, decisões automatizadas e utilização de inteligência artificial nas relações de consumo

10 - Proteção contratual, contratos de adesão e cláusulas abusivas

- 10.1. A relação contratual como processo obrigacional
- 10.2. Interpretação do contrato em favor do consumidor
- 10.3. Arrependimento e desistência do contrato
- 10.4. Regime jurídico de garantia contratual
- 10.5. Crédito e financiamento ao consumidor (art. 52) e dever de informação qualificado (art. 54-B) do fornecedor para prevenção ao superendividamento
- 10.6. Contratos de adesão: técnica normativa, cláusulas de destaque e cláusula resolutória alternativa
- 10.7. Natureza jurídica das cláusulas abusivas no CDC
 - 10.7.1. Abuso de direito, desequilíbrio significativo e justiça contratual
 - 10.7.2. Reconhecimento de ofício, nulidade, modificação e conservação contratual
 - 10.7.3. Rol exemplificativo de cláusula abusivas
- 10.8. Contratação no ambiente digital, comércio eletrônico e proteção do consumidor em plataformas digitais
- 10.9. Atendimento automatizado, inteligência artificial e efetividade dos direitos do consumidor

11 - Prevenção e tratamento do superendividamento

- 11.1. Delimitação teórico-conceitual do superendividamento
 - 11.1.1. Pressupostos legais, dívidas excluídas e classificação
 - 11.1.1.1. Pressupostos legais, dívidas excluídas e classificação
 - 11.1.1.2. Fator de exclusão social do homo economicus
 - 11.1.1.3. Lesão ao mínimo existencial do consumidor
 - 11.1.1.4. Boa-fé e abuso do direito de fornecer crédito: assimetria de informações e vulnerabilidade do consumidor
 - 11.1.1.5. Cultura do pagamento
 - 11.1.2. A co-responsabilidade do fornecedor de crédito diante do superendividamento
 - 11.1.2. Dever de informação qualificado e prevenção (Art. 54-B)
 - 11.1.3. Princípio do empréstimo responsável (Art. 54-D, II)
 - 11.1.4. Disciplina jurídica quanto à oferta e publicidade para prevenção do superendividamento (Art. 54-C)
 - 11.1.5. Sanção pela não observância dos deveres de prevenção pelo fornecedor (Art. 54-D, parágrafo único)
- 11.3. Tratamento do superendividamento

- 11.3.1. Fase conciliatória e repactuação de dívidas (art. 104-A)
- 11.3.2. Competência concorrente do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (Art. 104-C)
- 11.3.3. Audiência conciliatória coletiva e preservação do mínimo existencial
- 11.3.4. Sanções por ausência do credor, ausência de acordo ou acordo parcial
- 11.3.5. Processo por superendividamento
- 11.3.6. Revisão, integração dos contratos e repactuação de dívidas
- 11.3.7. Nomeação de administrador
- 11.3.8. Requisitos do plano judicial compulsório
- 11.4. Crédito digital, novas tecnologias de concessão de crédito e prevenção do superendividamento

12 - Elaboração de materiais informacionais e desenvolvimento de ações extensionistas

- 12.1 Cartilhas/postagens/manuais físicos ou digitais
- 12.2 Criação de minicursos e oficinas
- 12.3 Promoção de palestras e eventos e prestação de serviços à comunidade
- 12.4 Conscientização sobre direitos, deveres, limites e recursos disponíveis para assegurar a concretização de direitos fundamentais, sociais, difusos e coletivos

6. METODOLOGIA

O componente curricular será desenvolvido mediante metodologia participativa e extensionista, articulando formação jurídica, problematização de situações concretas, interação dialógica com a sociedade e desenvolvimento de intervenções voltadas à promoção e à efetivação dos direitos dos consumidores.

As atividades serão organizadas em torno do projeto guarda-chuva **Balcão do Consumidor**, ao qual estarão vinculadas as diferentes ações e projetos desenvolvidos pelos estudantes. Os discentes serão organizados em grupos de trabalho, responsáveis pelo planejamento, desenvolvimento, execução, registro e avaliação das respectivas ações extensionistas.

O percurso metodológico compreenderá, de forma articulada: **(a)** formação e problematização dos conteúdos jurídicos necessários ao desenvolvimento das atividades; **(b)** definição do público e aproximação com a comunidade ou instituição parceira; **(c)** identificação de demandas, problemas ou vulnerabilidades relacionados às relações de consumo; **(d)** planejamento da intervenção extensionista; **(e)** execução da ação; e **(f)** registro, devolutiva e avaliação dos resultados.

Cada grupo deverá elaborar uma **Ficha de Planejamento da Ação Extensionista**, submetida previamente à orientação e aprovação docente, contendo, entre outros elementos, o tema e o problema a ser enfrentado, público-alvo, instituição parceira ou estratégia de acesso ao público, diagnóstico da demanda, objetivos, modalidade e estratégia de intervenção, atividades previstas, atribuições dos integrantes, cronograma, resultados esperados, formas de interação com a comunidade e instrumentos de registro e avaliação da ação.

Serão utilizadas, conforme os objetivos e a natureza das atividades, exposições dialogadas, estudos de casos, debates, pesquisas orientadas, oficinas, dinâmicas de grupo, análise de situações concretas, elaboração de materiais informacionais, minicursos, palestras, campanhas educativas, ações de orientação, prestação de serviços e outras estratégias adequadas à interação com a comunidade.

As ações extensionistas poderão ser desenvolvidas em formatos **presencial, digital ou híbrido**, no espaço universitário, em instituições parceiras, espaços comunitários ou ambientes virtuais. Será admitida a divisão de funções entre os integrantes dos grupos e a adoção de diferentes formas de participação, desde que asseguradas a efetiva contribuição individual e a interação do projeto com público externo à Universidade.

A elaboração de cartilhas, postagens, vídeos, manuais e outros materiais informacionais será compreendida como **instrumento de apoio à intervenção extensionista e à democratização do conhecimento**, devendo estar vinculada a público destinatário definido e a estratégias de efetiva disseminação, interação ou devolutiva à comunidade.

Durante o semestre, os grupos serão acompanhados e orientados quanto ao desenvolvimento das ações, com momentos destinados ao planejamento, apresentação e discussão dos projetos, análise das experiências realizadas, avaliação dos resultados e compartilhamento das aprendizagens decorrentes da interação entre Universidade e sociedade.

As ações extensionistas desenvolvidas no âmbito do componente curricular serão objeto de **registro no Sistema de Informação de Extensão - SIEX/UFU**, observados os procedimentos institucionais aplicáveis às Atividades Curriculares de Extensão. Os grupos deverão fornecer as informações e registros necessários ao acompanhamento das ações e à elaboração do respectivo relatório final, incluindo público alcançado, atividades realizadas, resultados obtidos e evidências de execução.

CRONOGRAMA

Data	Conteúdo programático	ACE Balcão do Consumidor
01/09	Apresentação do componente. Fundamentos, evolução e proteção constitucional do consumidor. Sociedade de consumo e vulnerabilidade.	Apresentação da ACE e do projeto guarda-chuva Balcão do Consumidor. Apresentação da metodologia, etapas, possibilidades de intervenção e da Ficha de Planejamento da Ação Extensionista.
08/09	Relação jurídica de consumo: consumidor, fornecedor, produto e serviço. Vulnerabilidade, hipervulnerabilidade e novas vulnerabilidades.	Mapeamento extensionista: levantamento de possíveis problemas, públicos-alvo e instituições parceiras; definição inicial das frentes de atuação e definição dos grupos.
15/09	Jornada Jurídica da FADIR.	Planejamento das atividades da ACE pelos grupos.
22/09	Sem aula da disciplina - reposição das aulas de segunda-feira, conforme calendário acadêmico.	Planejamento das atividades da ACE pelos grupos.
29/09	A dinâmica de mercados digitais e vulnerabilidades do consumidor (Estagiário docente Jeová Marques de Oliveira).	
06/10	Princípios e direitos básicos do consumidor. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.	Desenvolvimento em grupo da Ficha de Planejamento da Ação Extensionista pelos grupos e registro das ações no SIEX/UFU.
13/10	Responsabilidade pelo fato e pelo vício do produto e do serviço.	Entrega da Ficha de Planejamento da Ação Extensionista e do registro no SIEX/UFU - 10 pontos.
20/10	Responsabilidade civil e marketplace perante o Código de Defesa do Consumidor e diálogo das fontes (Estagiário docente Jeová Marques de Oliveira).	

27/10	Validação dos projetos: apresentação dos grupos e socialização das propostas, ajustes finais e registro das ações no SIEX/UFU – 15 pontos	Validação dos projetos: apresentação e socialização das propostas – 20 pontos
03/11	Crédito responsável, educação financeira, prevenção e tratamento do superendividamento e preservação do mínimo existencial.	Período de desenvolvimento e execução das ações extensionistas – 40 pontos
10/11	Cláusulas e práticas abusivas	Período de desenvolvimento e execução das ações extensionistas – 40 pontos
17/11	Oferta e publicidade. Publicidade digital, influenciadores e novas formas de persuasão.	Período de desenvolvimento e execução das ações extensionistas – 40 pontos
24/11	Publicidade comportamental, exploração de dados pessoais e liberdade de escolha no ambiente digital (Estagiário docente Jeová Marques de Oliveira).	Período de desenvolvimento e execução das ações extensionistas – 40 pontos
01/12	Bancos de dados, cadastro positivo, <i>credit scoring</i> , proteção de dados, perfilamento, decisões automatizadas e inteligência artificial.	Período de desenvolvimento e execução das ações extensionistas – 40 pontos
08/12	Análise crítica das experiências extensionistas à luz dos conteúdos de Direito do Consumidor trabalhados no semestre.	Relatório final da ação extensionista e registros no SIEX/UFU – 20 pontos. Fechamento das ações extensionistas.
15/12	Síntese dos conteúdos e reflexão sobre Direito do Consumidor, extensão universitária e transformação social.	Encerramento das atividades e fechamento da avaliação individual pela professora – 10 pontos.

7. AVALIAÇÃO

A avaliação será **processual e formativa**, desenvolvida ao longo do semestre e vinculada às diferentes etapas de planejamento, execução, registro e avaliação das ações extensionistas. Serão considerados tanto os resultados produzidos coletivamente pelos grupos quanto a participação e o desempenho individual dos estudantes.

A avaliação será composta pelos seguintes instrumentos:

I - Ficha de Planejamento da Ação Extensionista e registro no SIEX/UFU – 10 pontos: elaboração do planejamento da ação vinculada ao projeto guarda-chuva **Balcão do Consumidor**, contemplando problema ou demanda identificada, público-alvo, objetivos, estratégia de intervenção, atividades previstas, distribuição de atribuições, cronograma, resultados esperados e formas de interação e avaliação junto à comunidade. A proposta deverá ser registrada no SIEX.

II - Apresentação e socialização da proposta e registro no SIEX/UFU pelos grupos – 20 pontos: apresentação da proposta extensionista, considerando clareza, reflexão sobre a articulação entre o conhecimento jurídico e a realidade

social, bem como viabilidade de execução.

III - Desenvolvimento e execução da ação extensionista - 40 pontos: planejamento operacional e efetiva realização da intervenção proposta, considerando a interação com o público externo, adequação da ação às demandas identificadas, domínio e correção das informações jurídicas, qualidade da comunicação, organização, participação dos integrantes e alcance dos objetivos propostos. A efetiva execução da ação junto à comunidade constitui elemento essencial da avaliação, não sendo a mera elaboração de materiais informacionais suficiente, por si só, para caracterizar o cumprimento da atividade extensionista.

IV - Relatório Final da Ação Extensionista e registros no SIEX/UFU - 20 pontos: elaboração e entrega de relatório contendo a sistematização das atividades desenvolvidas, público alcançado, resultados obtidos, dificuldades encontradas, formas de interação e devolutiva à comunidade, avaliação da experiência e evidências de sua realização, bem como fornecimento das informações necessárias ao **acompanhamento e encerramento da ação no SIEX/UFU**.

V - Participação e desempenho individual - 10 pontos: avaliação da contribuição individual do estudante ao longo do processo, considerando o cumprimento das atribuições assumidas, participação nas atividades de planejamento, orientação e execução, responsabilidade, colaboração com o grupo e envolvimento nas atividades propostas.

Total: 100 pontos.

Os critérios de avaliação observarão a qualidade e a consistência jurídica das atividades, o compromisso e a participação dos estudantes, a efetiva interação com a comunidade, a adequação das intervenções às demandas identificadas, o cumprimento das etapas previstas e a capacidade de reflexão sobre os resultados e aprendizagens decorrentes da experiência extensionista.

8. BIBLIOGRAFIA

Básica

(OBS: livros digitais disponíveis na plataforma "Minha Biblioteca", no Sistema de Bibliotecas da UFU - <https://bibliotecas.ufu.br>)

ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. Direito do Consumidor. 13ª ed. São Paulo: SaraivaJur, 2025.

MIRAGEM, Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. Manual de Direito do Consumidor. 14. ed. Rio de Janeiro: Método, 2025.

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 Schenk. 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. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. Editora Revista dos Tribunais.

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, Janaína. 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 09/09/2026, às 11:28, 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 **7690370** e o código CRC **4215C4EB**.