

PROGRAMA DE DISCIPLINA

Disciplina				Código	
Direito do Consumidor				DIR 752	
Carga Horária Total	CH Teórica	CH Prática	Nº de Créditos	Departamento/ Unidade	
30	30	00	02	DEDIR/EDTM	
EMENTA					
<p>Evolução e Fundamentos do Direito do Consumidor. Aspectos sociológicos: Comportamento do consumidor, mercado, sociedade de consumo. Os reflexos econômicos da proteção do consumidor. A proteção do consumidor na Constituição Federal de 1988 e os reflexos envolvendo as garantias fundamentais e os princípios da ordem econômica. O Código de Defesa do Consumidor, suas bases principiológicas e a estruturação de um microsistema jurídico de defesa do consumidor. A equação jurídica de consumo e os elementos de formação da relação consumerista. A Política Nacional das Relações de Consumo. Os direitos Básicos dos Consumidores. Da qualidade dos produtos e serviços, prevenção e reparação dos danos. Responsabilidade Civil na relação de consumo. Prescrição e decadência. Desconsideração da personalidade jurídica. As práticas comerciais desleais e as estratégias de marketing. A publicidade e o direito do consumidor: aspectos sociológicos e a necessidade de evolução da proteção. A proteção contratual do consumidor.</p>					
OBJETIVOS E METODOLOGIA					
<p>Objetivos: Pretende-se nesta disciplina a realização dos estudos envolvendo a temática das relações de consumo a partir de uma compreensão crítico-científica do Direito do Consumidor, a partir da compreensão dos elementos históricos que desencadearam a sua gênese, bem como, os aspectos sociais e econômicos a ele relacionados, de maneira a compreender, também, o próprio surgimento de um microsistema jurídico, a partir das disposições constitucionais vinculadas à temática. A partir destes pressupostos, buscar-se-á a valorização das discussões envolvendo as principais temáticas inseridas no Código de Defesa do Consumidor, dialogando, sempre que se mostrar pertinente, com outros dispositivos legais que, direta ou indiretamente, estruturam o sistema de proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro.</p> <p>Metodologia: Para alcançar os objetivos traçados para a disciplina, adotar-se, como base, a realização de aulas expositivas onde serão apresentados aspectos práticos e teóricos, buscando uma aproximação mais dinâmica entre a realizada jurídica e o conteúdo dogmático proposto na ementa. Será estimulada, ainda, a formação de grupos de estudos, de maneira a potencializar as discussões envolvendo a temática do Direito do Consumidor, fomentando, ainda, um diálogo entre a atividade de sala de aula com atividades de extensão e pesquisa. Sempre que se mostrar pertinente, ainda, serão utilizadas outras ferramentas, tais como, seminários, apresentação de trabalhos e discussões de textos doutrinários. Em relação à avaliação, adotar-se-á, de acordo com a oportunidade e conveniência, provas escritas, com questões discursivas e/ou de múltiplas escolhas, ou, ainda, a apresentação de trabalhos em grupo ou individuais.</p>					
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO					
<p>Conteúdo programático 1 – Introdução ao Direito do Consumidor: Evolução histórica e o surgimento das bases sociais e econômicas do Direito do Consumidor Revolução industrial (séc. XVIII) , tecnológica (Década de 50 do Séc. XX) e Informática/globalização (atual): Surgimento das primeiras “vulnerabilidade. A sociedade de consumo e a mutação das necessidades e dos desejos (a Pirâmide de Maslow) Quebra do paradigma do Direito Civil clássico e a necessidade de intervenção Estatal As bases internacionais do Direito do Consumidor: O discursos de JFK e a expressão "consumidores somos todos nós". A conferência de Estocolmo de 1972. A carta europeia de proteção do consumidor de 1973. A resolução ONU 39/248. A proteção do consumidor na Constituição Federal de 1988: da garantia fundamental ao princípio da ordem</p>					

econômica. A indissociabilidade entre a proteção do consumidor e a proteção do Mercado Econômico. O Código de Defesa do Consumidor como norma de ordem pública e de interesse social.

2 – A relação jurídica de consumo

A equação jurídica de consumo e seus elementos caracterizadores: Sujeitos, Objetos e Elementos teleológico. Quem é o consumidor? O conceito jurídico e as equiparações legais: o consumidor padrão e a discussão doutrinária envolvendo o elemento teleológico (destinatário final), as teorias maximalistas, finalista e finalista mitigada ou atenuada e a posição da jurisprudência do STJ. O consumidor equiparado (arts. 2º e 29 do CDC) e o consumidor Bystander.

O fornecedor e o prestador de serviço e a caracterização de sua atividade para fins de enquadramento na equação jurídica de consumo. O fornecedor equiparado.

Produtos e serviços: características, particularidades e a relação com a remuneração indireta. Casos para discussão: Locação e relação de consumo. Os serviços Públicos. Os profissionais liberais. Análise crítica da relação entre cliente e advogado.

3 – A Política Nacional das Relações de Consumo

Os objetivos e as necessidades dos consumidores

Dignidade, segurança, proteção dos interesses econômicos e os reflexos sobre a melhora da qualidade de vida, transparência e harmonia das relações de consumo.

O reconhecimento das vulnerabilidades do consumidor: Técnica, Jurídica, Fática e Informativa. A relação entre vulnerabilidade e o consumidor profissional ou pessoa jurídica.

As ações governamentais de efetiva proteção do consumidor e a necessidade da presença do Estado no mercado e consumo e a garantia de produtos e serviços adequados e de qualidade.

A licitação pública como elementos de cumprimento da Política Nacional de Defesa do consumidor e a indução de comportamentos do mercado.

A proteção do consumidor e o problema da auto regulação do mercado.

Harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e a base estruturante da relação a partir da boa fé objetiva

Educação e informação como base da proteção, emancipação e exercício de uma cidadania ativa pelo consumidor brasileiro;

Direito à informação e as fases da relação contratual;

Coibição e repressão eficientes dos abusos: uma discussão crítica sobre a atuação Estatal e as falhas do mercado.

As modificações do mercado e a necessidade de evolução permanente das normas de defesa do consumidor;

Os instrumentos para execução e implementação da política nacional das relações de consumo.

4 – Os Direitos Básicos do Consumidor

O papel dos direitos básicos na interpretação e projeção do direito do consumidor perante os mais diversos temas, direta, ou indiretamente, relacionados com o consumidor;

A proteção da vida, segurança e saúde, contra os riscos do mercado;

Princípio da Precaução e Direito do Consumidor.

A proteção da vida e saúde econômica do consumidor.

Educação, consumo adequado, liberdade de escolha e igualdade nas contratações;

A liberdade de escolha e a autonomia da vontade:

Vontade e sistemas cognitivos: o sistema automático e sistema reflexivo e os efeitos sobre o comportamento do consumidor.

Informação, clareza e adequabilidade;

Direito à informação e o marketing: as estratégias de marketing mitigadoras da efetividade do direito básico à informação.

A igualdade nas contratações

O proteção contra publicidade enganosa, abusiva e métodos coercitivos ou desleais.

As práticas comerciais desleais na Comunidade europeia: um estudo comparado a partir da compressão da necessidade de evolução das normas nacionais.

Os produtos maquiados

Modificação das cláusulas contratuais e o papel do Poder Judiciário na preservação da relação de consumo.

A efetiva reparação dos danos e os efeitos econômicos das lesões aos consumidores.

Acesso aos órgãos judiciários e administrativos e a defesa do consumidor

A inversão do ônus da prova e a hipossuficiência do caso concreto.

Adequação e eficácia dos serviços públicos e a relação com a Lei 8978/95.

5 – Da qualidade dos produtos e serviços, prevenção e reparação de danos;

Nocividade e periculosidade: inerente e adquirida

O papel da informação no contexto da proteção do consumidor.

O Recall

A responsabilidade Civil no Direito do Consumidor

Evolução do instituto e o surgimento da responsabilidade objetiva

A teoria do risco

A equação jurídica da responsabilidade civil objetiva

Vícios e defeitos: abrangências dos textos e a relação com a responsabilidade civil prevista no CDC;

A responsabilidade pelo fato e pelo vício: características, efeitos, pressupostos e aplicações;

As excludentes de responsabilidade civil e a teoria do fortuito interno e fortuito externo.

A responsabilidade do comerciante;

A prestação dos serviços públicos: debate entre a essencialidade e a continuidade.

6 – Prescrição, decadência e desconsideração da personalidade jurídica;

Da garantia legal à garantia contratual

Contagem de prazo

Situações que obstam a decadência

A desconsideração da personalidade jurídica e o papel do Judiciário: situações autorizadoras e requisitos materiais.

7 – Das práticas comerciais, oferta e publicidade;

A boa fé na fase pré contratual

O conteúdo da oferta

A responsabilidade dos fabricantes e importadores em relação aos produtos importados e a posição da doutrina dominante.

As ofertas por telefone e os requisitos de conteúdo.

Não cumprimento da oferta e o cumprimento forçado das obrigações;

O regime da publicidade no Código de Defesa do Consumidor

Publicidade enganosa e abusiva: a fragilidade dos institutos e o problema da auto regulação publicitária no Brasil;

O problema da publicidade infantil e as propostas legislativas.

8 – Das práticas abusivas

Momento da ocorrência

Fase pré contratual, contratual e pós contratual;

A relação entre o direito à informação e as práticas abusivas;

A boa fé objetiva como elemento de orientação;

A tipologia prevista no CDC.

9 –A proteção contratual

A teoria do contrato e as mutações decorrentes do direito do consumidor;

Direito de arrependimento

As cláusulas contratuais abusivas e a nulidade expressa pelo CDC;

O contrato de adesão e sua implicação no modelo moderno de mercado de consumo

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica

- BESSA, Leonardo Roscoe. Relação de consumo e aplicação do Código de Defesa do Consumidor. Revista dos Tribunais, São Paulo, 2009.
- BOLZAN, Fabrício. Direito do Consumidor Esquemático. Parte Material e Parte Administrativa. Editora Saraiva. São Paulo, 2013.
- MARQUES, Claudia Lima. BENJAMIM, Antônio Herman V. e MIRAGEM, Bruno. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 3ª Edição revista, ampliada e atualizada. Editora RT. São Paulo, 2010.
- MIRAGEM, Bruno, Curso de Direito do Consumidor. 2ª Edição. Editora RT. 2010.
- OLIVEIRA, James Eduardo. Código de Defesa do Consumidor. Anotado e comentado. Doutrina e Jurisprudência, 3ª edição. Ed Atlas. São Paulo, 2007.

Bibliografia complementar

- ADAMI, Betina da Silva e RODRIGUES, Gabriela Wallau. Publicidade e informação na sociedade do consumo: tensões entre a efetivação do direito à informação e a publicidade no cenário contemporâneo. Direito e Justiça. V. 38, n.º 2, jul/dez 2012. Porto Alegre. Pág.120/131.
- BAUDRILLARD, Jean A sociedade de consumo. Coleção Arte e Comunicação. N.º 54. Editora Edições 70. 2007.
- COLOMBO, Luciane Ozelame Ribas; FAVOTO, Tais Brandt; CARMO, Sidney Nascimento do. A evolução da sociedade de consumo. Revista Akropolis, Umuarama, V. 16, n. 3, p. 143-149, jul./set. 2008.
- COSTA, Maria Fontes da. O dever pré contratual de informação. Revista da Faculdade de Direito da Universidade do Porto. Ano 4, 2007. Pág. 367- 394.
- GUÉGUEN, Nicolas. Psicologia do Consumidor: Para compreender melhor de que maneira você é influenciado. Editora SENAC. São Paulo. 2010.
- LUPPE, Marcos Roberto e ANGELO, Claudio Felisoni de. As decisões de consumo e a heurística da ancoragem: uma análise da racionalidade do processo de escolha. Revista de Administração Mackenzie. Vol. 11, n.º 6. Edição Especial. Nov/Dez/ 2010. São Paulo. Págs. 81/106.
- LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. Revista de Direito do Consumido. n.º 37. Jan/Mar 2001. São Paulo. Págs. 59/76.
- MAILLART, Adriana da Silva e SANCHES, Samyra Dal Farra Napolini. Os limites à liberdade na autonomia privada. Revista Pensar. v. 16, n.º1, Fortaleza, Jan/Jul 2011. Págs. 9/34.
- MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. O Direito do Consumidor como Direito Fundamental: consequências jurídicas de um conceito. Revista de Direito do Consumidor. Ano 11, n.º 42. Jul/set 2002. São Paulo. Págs. 111/132.
- TADEU, Silney Alves. O dever de informar: considerações comparadas ao conteúdo da informação contidas no CDC e CC. Revista de Direito do Consumidor. Editora RT, n.º 58, Abril/jun. 2006. Págs. 255/274.