

# SUMÁRIO

SOBRE A AUTORA .....	5
APRESENTAÇÃO À 1 <sup>a</sup> EDIÇÃO .....	7
INTRODUÇÃO À 10. <sup>a</sup> EDIÇÃO .....	13
INTRODUÇÃO À 1. <sup>a</sup> EDIÇÃO .....	17
ABREVIATURAS .....	29

## PRIMEIRA PARTE – A RENOVAÇÃO DA TEORIA CONTRATUAL

1 – A NOVA TEORIA CONTRATUAL .....	33
1. A concepção tradicional do contrato .....	35
1.1. Características principais .....	37
1.2. Origens da concepção tradicional de contrato .....	39
a) <i>O direito canônico e a teoria do direito natural</i> .....	39
b) <i>Teorias de ordem política e a Revolução Francesa</i> .....	41
c) <i>Teorias econômicas e o liberalismo</i> .....	42
1.3. Reflexos da teoria contratual e do dogma da autonomia da vontade .....	43
a) <i>A liberdade contratual</i> .....	43
b) <i>A força obrigatória dos contratos</i> .....	45
c) <i>Os vícios do consentimento</i> .....	45
2. A nova realidade contratual .....	47
2.1. Noções preliminares: os contratos de massa .....	47
2.2. Os contratos de adesão .....	53
a) <i>Descrição do fenômeno: método “por” adesão e assimetria</i> .....	53
b) <i>A formação do vínculo</i> .....	57
c) <i>A disciplina dos contratos de adesão</i> .....	58
2.3. As condições gerais dos contratos (cláusulas contratuais gerais) .....	61
a) <i>Descrição do fenômeno: método “por” adesão e fragmentação</i> .....	61

b) <i>A inclusão de condições gerais nos contratos</i> .....	64
c) <i>A disciplina das condições gerais dos contratos</i> .....	70
2.4. Os contratos cativos de longa duração .....	72
a) <i>Descrição do fenômeno: tempo e “dependência”</i> .....	72
b) <i>A estrutura dos contratos cativos de longa duração</i> .....	80
c) <i>Disciplina e visão da conexidade</i> .....	84
2.5. Os contratos a distância no comércio eletrônico e na economia do compartilhamento .....	91
a) <i>Descrição do fenômeno: espaço e virtualidade</i> .....	91
b) <i>Formação do vínculo e disciplina material</i> .....	108
c) <i>Disciplina no direito internacional privado e no direito comparado</i> .....	118
2.6. As cláusulas abusivas nos contratos de massa .....	142
3. Crises na teoria contratual .....	145
3.1. Crise da massificação das relações contratuais .....	145
3.2. Crise da pós-modernidade .....	149
3.3. Crise de confiança: a pós-modernidade aprofundada .....	165
3.4. Crise da hiperabundância: a chamada nova crise do contrato, a democratização do consumo no Brasil e o desafio da economia do compartilhamento .....	183
4. A nova concepção de contrato e o Código de Defesa do Consumidor .....	196
4.1. A nova concepção social do contrato .....	196
a) <i>Socialização da teoria contratual</i> .....	197
b) <i>Imposição do princípio da boa-fé objetiva</i> .....	200
c) <i>Intervencionismo dos Estados</i> .....	229
d) <i>Contrato como ponto de encontro de direitos fundamentais</i> .....	235
4.2. O Código de Defesa do Consumidor como consequência da nova teoria contratual .....	248
a) <i>Limitação da liberdade contratual e nova visão do abuso</i> .....	249
b) <i>Relativização da força obrigatória dos contratos</i> .....	256
c) <i>Proteção da confiança e dos interesses legítimos</i> .....	261
d) <i>Nova noção de equilíbrio mínimo das relações contratuais</i> .....	267
2 - CONTRATOS SUBMETIDOS ÀS REGRAS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR .....	279
1. Contratos entre consumidor e fornecedor de produtos ou serviços .....	281
1.1. Conceitos de consumidor .....	281
a) <i>O consumidor e a vulnerabilidade: do homo faber ao homo oeconomicus et culturalis do século</i> .....	281
a.1 <i>A noção de consumidor stricto sensu e a teoria finalista</i> .....	283
a.2 <i>Os tipos de vulnerabilidade e a interpretação finalista</i> .....	300
a.3 <i>“Destinatário final”, finalismo aprofundado e a noção de hipervulnerabilidade</i> .....	324

b)	<i>Agentes equiparados a consumidores: a superação do status de terceiro .....</i>	365
c)	<i>O consumidor como sujeito de direitos fundamentais: em defesa de uma interpretação finalista e sistemática .....</i>	384
1.2.	O conceito de fornecedor .....	394
a)	<i>O fornecedor stricto sensu .....</i>	394
a.1	<i>A noção de fornecedor de produtos e serviços e a nova simbiose .....</i>	394
a.2	<i>Remuneração indireta e gratuidade .....</i>	397
a.3	<i>O fornecedor na economia do compartilhamento: o “guardião do acesso” .....</i>	405
b)	<i>A cadeia de fornecedores e os contratos conexos: a solidariedade e a interdependência .....</i>	407
c)	<i>As tendências jurisprudenciais de extensão do conceito de fornecedor: o fornecedor equiparado e o aparente .....</i>	429
1.3.	Contratos de fornecimento de produtos e serviços .....	450
a)	<i>Contratos imobiliários .....</i>	452
b)	<i>Contratos de transporte, de turismo, de e-turismo e viagem .....</i>	479
c)	<i>Contratos de hospedagem, de plataformas de hospedagem, de depósito e estacionamento .....</i>	509
d)	<i>Contratos de seguro, planos de saúde, planos funerários e previdência privada ....</i>	517
e)	<i>Contratos bancários, de crédito, de crédito digital e de financiamento .....</i>	558
e.1	<i>Análise dos contratos bancários e de crédito mais comuns: jurisprudência e as novas regras sobre crédito responsável .....</i>	560
e.2	<i>A ADIN 2.591 e a análise do conteúdo e natureza da norma do art. 3.º, § 2.º, in fine, do CDC diante da Constituição .....</i>	579
e.3	<i>Análise do consumidor de serviços bancários e de crédito, das súmulas e das teses repetitivas sobre estes serviços .....</i>	586
e.4	<i>O crédito digital, à distância, por intermediários e PIX no cartão .....</i>	605
f)	<i>Contratos de administração de consórcios, leasing massificado e afins .....</i>	611
g)	<i>Contratos de fornecimento de serviços públicos de serviços de telecomunicações e de educação .....</i>	631
h)	<i>Contratos de jogos, apostas digitais e bets .....</i>	651
i)	<i>Compra e venda, comércio eletrônico e suas cláusulas .....</i>	655
j)	<i>Compra e venda com alienação fiduciária .....</i>	659
2.	Contratos de consumo e os conflitos: o diálogo das fontes .....	666
2.1.	Aplicação do Código de Defesa do Consumidor, os critérios e a prática de solução dos conflitos de leis no tempo: do conflito ao diálogo .....	672
a)	<i>Características do Código de Defesa do Consumidor e reflexos na sua aplicação .....</i>	672
b)	<i>O papel da Constituição Federal na interpretação e aplicação do Código de Defesa do Consumidor: os critérios do Art. 7º do CDC .....</i>	677
c)	<i>Os critérios clássicos de solução de conflitos de leis no tempo e suas dificuldades .....</i>	681

<i>c.1</i>	<i>Conflitos e antinomias</i> .....	682
<i>c.2</i>	<i>Campo de aplicação pós-moderno</i> .....	685
<i>c.3</i>	<i>Critérios clássicos de solução das antinomias</i> .....	687
<i>d)</i>	<i>O diálogo das fontes: análise das principais decisões</i> .....	697
<i>e)</i>	<i>Conflitos entre normas do Código de Defesa do Consumidor e de leis especiais posteriores: o diálogo especial com a proteção de dados</i> .....	709
2.2.	Aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos contratos em curso.....	732
<i>a)</i>	<i>As garantias constitucionais do direito adquirido e do ato jurídico perfeito</i> .....	735
<i>b)</i>	<i>A garantia constitucional da defesa do consumidor</i> .....	747
<i>c)</i>	<i>A aplicação imediata das normas de ordem pública</i> .....	748
<i>d)</i>	<i>A renovação dos contratos cativos de longa duração e a hermenêutica a favor do consumidor</i> .....	753
2.3.	Analizando o diálogo entre o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil de 2002 .....	761
<i>a)</i>	<i>O modelo brasileiro de direito privado, a desigualdade entre pessoas e a coerência entre fontes (CDC e CC/2002)</i> .....	766
<i>b)</i>	<i>Os três tipos de diálogo das fontes: coerência, subsidiariedade e adaptação</i> .....	788
<i>c)</i>	<i>Por um diálogo das fontes a favor (e nunca contra) a promoção dos direitos do consumidor</i> .....	795
	CONCLUSÃO DA PARTE I .....	807

## SEGUNDA PARTE – REFLEXOS CONTRATUAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

3 – A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR QUANDO DA FORMAÇÃO DO CONTRATO....	813
1. Princípio básico de transparéncia .....	818
1.1. Nova noção de oferta (art. 30) .....	826
<i>a)</i> <i>Vinculação própria através da atuação negocial: alguns exemplos</i> .....	834
<i>b)</i> <i>Publicidade como oferta</i> .....	852
<i>c)</i> <i>Informações e pré-contratos</i> .....	866
<i>d)</i> <i>A ‘oferta prévia’ no crédito e na venda a prazo (art. 54-B): reflexão para um crédito responsável</i> .....	871
<i>e)</i> <i>Cláusulas contratuais gerais</i> .....	873
<i>f)</i> <i>Sanção</i> .....	874
1.2. Dever de informar sobre o produto ou serviço e o crédito (arts. 31, 52, 54-B e 54-D) .....	879
<i>a)</i> <i>Amplitude do dever de informar do art. 31</i> .....	882
<i>b)</i> <i>A publicidade como meio de informação</i> .....	890
<i>c)</i> <i>Informações obrigatórias e dever de esclarecimento no crédito e venda a prazo para o crédito responsável (art. 52, 54-B, 54-D)</i> .....	899

d) <i>Sanção: as regras sobre o vício do produto e da quebra positiva dos deveres de boa-fé.....</i>	902
1.3. Dever de oportunizar a informação sobre o conteúdo do contrato (art. 46) e o dever de entrega do contrato (arts. 54-D e 54-G) .....	905
a) <i>Amplitude do dever de informar do art. 46 .....</i>	906
b) <i>Deveres de informação na economia do compartilhamento .....</i>	908
c) <i>Dever de entrega do contrato (art. 54-D e 54-G) .....</i>	909
d) <i>Sanção .....</i>	911
1.4. Dever de redação clara dos contratos .....	913
a) <i>Redação clara e precisa (art. 46).....</i>	913
b) <i>Cuidados na utilização de contratos de adesão e na concessão do crédito consignado (art. 54, 54-B e 54-G) .....</i>	914
c) <i>Sanção .....</i>	917
2. Princípio básico de boa-fé .....	919
2.1. Publicidade abusiva e enganosa.....	920
a) <i>Conceito de publicidade .....</i>	922
b) <i>Publicidade como ilícito civil – A publicidade enganosa .....</i>	924
c) <i>Publicidade como ilícito civil – A publicidade abusiva .....</i>	927
d) <i>Publicidade digital e influencers .....</i>	934
2.2. Práticas comerciais abusivas e controladas.....	949
a) <i>Práticas comerciais expressamente vedadas (art. 39) .....</i>	951
b) <i>Práticas comerciais vedadas em matéria de crédito e o assédio de consumo .....</i>	962
c) <i>Os bancos de dados negativos e positivos sobre os consumidores e as práticas de superendividamento .....</i>	981
d) <i>Obrigação de fornecer orçamento prévio discriminado e de respeitar normas técnicas e o tabelamento de preços .....</i>	994
2.3. Direito de arrependimento do consumidor (art. 49).....	996
a) <i>A venda de porta em porta (door-to-door) e seu regime legal .....</i>	997
b) <i>Vendas emocionais de time-sharing .....</i>	1008
c) <i>Contratação a distância em geral, no comércio eletrônico, no crédito e na economia do compartilhamento .....</i>	1015
4 – A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR QUANDO DA EXECUÇÃO DO CONTRATO ...	1035
1. Princípio básico da equidade (equilíbrio) contratual .....	1037
1.1. Interpretação pró-consumidor – Visão geral e da hermenêutica mais favorável ao consumidor .....	1038
a) <i>Visão geral .....</i>	1039
b) <i>Hermenêutica mais favorável ao consumidor .....</i>	1044
c) <i>Homo medius e os consumidores hipervulneráveis.....</i>	1051
1.2. Proibição de cláusulas abusivas .....	1071
a) <i>Características gerais das cláusulas abusivas .....</i>	1072

b)	<i>Da nulidade absoluta das cláusulas abusivas</i> .....	1079
b.1	<i>Lista única de cláusulas abusivas e os direitos básicos do consumidor</i> ...	1082
b.2	<i>Autorização excepcional de modificação de cláusulas</i> .....	1086
b.3	<i>A declaração ex officio da nulidade das cláusulas abusivas</i> .....	1092
1.3.	As cláusulas consideradas abusivas.....	1099
a)	<i>A lista do art. 51</i> .....	1102
a.1	<i>Cláusulas que impossibilitem, exonerem, atenuem ou impliquem em renúncia dos novos direitos</i> .....	1102
a.2	<i>Cláusulas criadoras de vantagens unilaterais para o fornecedor</i> .....	1107
a.3	<i>As cláusulas “surpresa”</i> .....	1112
b)	<i>A norma geral de boa-fé objetiva do inciso IV do art. 51</i> .....	1117
c)	<i>As cláusulas identificadas pela jurisprudência e pela Lei 14.181/2021</i> .....	1122
c.1	<i>Cláusulas que violam deveres principais de prestação, deveres conexos à prestação ou deveres impostos pelo CDC</i> .....	1124
c.1.1	<i>Cláusulas de exclusão ou limitação da responsabilidade contratual</i> .....	1124
c.1.2	<i>Cláusula de decaimento ou de perda significativa das prestações pagas</i> .....	1196
c.1.3	<i>Cláusula penal clássica</i> .....	1210
c.2	<i>Cláusulas que violam deveres anexos de cooperação</i> .....	1220
c.2.1	<i>Cláusulas que influenciam o acesso à justiça e a polêmica da obrigatoriedade dos meios alternativos de solução de controvérsias</i> ....	1220
c.2.2	<i>Cláusulas que retardam ou não facilitam o acesso ao Judiciário: o novo inciso XVII do art. 51</i> .....	1240
c.2.3	<i>Cláusulas que impedem o restabelecimento dos direitos e de meios de pagamento: o novo inciso XVIII do art. 51</i> .....	1281
c.3	<i>Cláusulas que violam deveres anexos de informação</i> .....	1283
c.3.1	<i>Cláusulas de declaração ficta, de informação fictícia, de consenso e prática fictícia</i> .....	1284
c.3.2	<i>Cláusulas que violam a transparência, impedem o acesso a informações e violam os direitos específicos de informação do consumidor</i> .....	1293
c.4	<i>Cláusulas que violam deveres anexos de cuidado</i> .....	1299
c.4.1	<i>Cláusulas que autorizam a violação da honra, da imagem, do crédito e da privacidade do consumidor</i> .....	1301
c.4.2	<i>Cláusulas atípicas de remuneração, de remuneração variável ou repetida, de imposição de índices unilaterais de reajuste ou de juros irrazoáveis</i> .....	1304
1.4.	Controle judicial e regulatório dos contratos de consumo.....	1319
a)	<i>Controle formal e controle do conteúdo dos contratos</i> .....	1321
b)	<i>Controle concreto e em abstrato</i> .....	1325

c) <i>Papel do Ministério Público, das Defensorias Públicas e das entidades de proteção ao consumidor</i> .....	1327
d) <i>Controle de práticas e cláusulas abusivas: o papel dos PROCONs e das agências reguladoras</i> .....	1338
1.5. Novas linhas jurisprudenciais e da Lei 14.181/2021 de controle do sinalagma contratual, de recurso à ineficácia e da preservação do mínimo existencial: combatendo o superendividamento .....	1341
a) <i>A tendência de ineficácia de cláusulas não informadas ou destacadas corretamente e a sanção do art. 54-D, parágrafo único</i> .....	1345
b) <i>A tendência de revitalização do sinalagma no tempo e correção monetária</i> .....	1350
c) <i>A tendência de controle da novação contratual e do equilíbrio: a cooperação e a renegociação para evitar o superendividamento</i> .....	1359
2. Princípio básico da confiança .....	1383
2.1. Novo regime para os vícios do produto .....	1386
a) <i>Vícios de qualidade – Vícios por inadequação</i> .....	1391
b) <i>Vícios de qualidade por falha na informação e a obsolescência programada</i> .....	1403
c) <i>Vícios de quantidade e o direito de reparar</i> .....	1407
2.2. Novo regime para os vícios do serviço .....	1414
a) <i>Vícios de qualidade do serviço</i> .....	1415
b) <i>Vícios nos serviços de reparação</i> .....	1425
c) <i>Vícios de informação</i> .....	1426
2.3. Garantia legal de adequação do produto e do serviço.....	1429
a) <i>Noções gerais</i> .....	1429
b) <i>Garantia legal e novo prazo decadencial</i> .....	1434
c) <i>Relação da garantia contratual com a garantia legal</i> .....	1445
2.4. Garantia legal de segurança do produto ou do serviço (responsabilidade extra-contratual do fornecedor) .....	1453
a) <i>Deveres de segurança do fornecedor de produtos e serviços</i> .....	1462
b) <i>Limites da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço</i> .....	1469
c) <i>Direito de regresso</i> .....	1482
2.5. Inexecução contratual pelo consumidor e cobrança de dívidas: o combate ao assédio na cobrança.....	1484
a) <i>Noções gerais</i> .....	1484
b) <i>A evolução da devolução em dobro, do chargeback e do combate ao assédio na cobrança</i> .....	1492
c) <i>Nova exigência da boa-fé na cobrança de dívida</i> .....	1500
2.6. Superendividamento dos consumidores .....	1503
a) <i>Noções gerais: a exceção da ruína</i> .....	1503
b) <i>Nova exigência do dever de cooperar para evitar o superendividamento</i> .....	1509
c) <i>Tratamento do superendividamento: repactuação e revisão dos contratos</i> .....	1510

2.7. Inexecução contratual pelo fornecedor e desconsideração da personalidade jurídica .....	1514
a) <i>Noções gerais</i> .....	1514
b) <i>A desconsideração da personalidade jurídica</i> .....	1515
c) <i>Desconsideração: permitindo o resarcimento de danos contratuais e extra-contratuais em casos de acidente de consumo</i> .....	1520
2.8. Novas formas de inadimplemento: violação dos deveres de boa-fé e da função socioambiental do contrato.....	1528
a) <i>A função ambiental dos contratos de consumo e a economia circular</i> .....	1530
b) <i>A função de proteção de dados do consumidor e os vazamentos de dados</i> .....	1535
c) <i>A função de segurança, a boa-fé e o cuidado no pagamento eletrônico, e o combate às fraudes</i> .....	1542
CONCLUSÃO DA PARTE II E OBSERVAÇÕES FINAIS .....	1547
BIBLIOGRAFIA.....	1553
OBRAS DA AUTORA .....	1679