



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						
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:	2026/1	
Observações:							

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 microssistemas legislativos (diálogo de fontes), inclusive em ambiente digital.

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 europeia 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, em sala de aula, e também por meio de atividades assíncronas, com a utilização da plataforma Microsoft Teams. 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 lousa branca, recursos audiovisuais como o data-show.

7. AVALIAÇÃO

Os/as estudantes serão submetidos a controle de frequência, 2 provas e 1 atividade avaliativa (AT).

Atividade Avaliativa - AT:

AT - 28/05/2026 - Valor: 30,0 pontos

Provas:

1ª prova - 11/06/2026 - Valor: 35,0 pontos

2ª prova - 23/07/2026 - Valor: 35,0 pontos

AVALIAÇÃO (PROVA) DE RECUPERAÇÃO DE APRENDIZAGEM - 06 de agosto 2026 - 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: 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 Pelegrini et al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. Editora GEN/Forense.
LIMA, Clarissa 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 27/04/2026, às 10:22, 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 **7245240** e o código CRC **9ED5BC83**.

Referência: Processo nº 23117.024604/2026-87

SEI nº 7245240