

SUMÁRIO

PARTE 1

PUBLICIDADE NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Capítulo 1

CONCEITO DE PUBLICIDADE	25
1.1. Publicidade como prática comercial.....	28
1.2. Publicidade e propaganda.....	33
1.3. Publicidade e marketing.....	37
1.4. Publicidade e persuasão.....	42
1.5. Publicidade e informação.....	48

Capítulo 2

REGIME JURÍDICO DA PUBLICIDADE	51
2.1. Sistemas de controle da publicidade.....	53
2.2. Fontes normativas da atividade publicitária no Brasil.....	60
2.3. Natureza jurídica das normas que disciplinam a publicidade.....	64

Capítulo 3

FUNDAMENTOS E LIMITES CONSTITUCIONAIS DA PUBLICIDADE	71
3.1. Liberdade de expressão.....	75

3.2. Livre-iniciativa.....	78
3.3. Tutela do consumidor	81
3.4. Outras limitações constitucionais.....	86

Capítulo 4

PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE	89
4.1. Princípio da boa-fé objetiva na publicidade	91
4.2. Princípio da identificação da mensagem publicitária	96
4.3. Princípio da vinculação contratual	101
4.4. Princípio da veracidade.....	105
4.5. Princípio da correção do desvio publicitário	112

Capítulo 5

PUBLICIDADE ILÍCITA	117
5.1. Publicidade enganosa.....	121
5.2. Publicidade abusiva	129
5.3. Publicidade comparativa.....	137
5.4. Publicidade oculta	141

PARTE 2

RESPONSABILIDADE CIVIL PELA PUBLICIDADE DE SERVIÇOS MÉDICOS EM FACE DO PRINCÍPIO DA LEGÍTIMA EXPECTATIVA DO CONSUMIDOR

Capítulo 1

VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR	151
1.1. Conceituação da vulnerabilidade	158
1.2. Princípio da vulnerabilidade.....	166
1.3. Vulnerabilidade e hipossuficiência	170
1.4. Vulnerabilidade e economia comportamental.....	173
1.5. Vulnerabilidade do consumidor na relação médico-paciente.....	182

Capítulo 2

MEDICINA E AS RELAÇÕES DE CONSUMO	195
2.1. Saúde como direito fundamental.....	205
2.2. Saúde como atividade econômica	217
2.3. Ato médico e conceito de saúde	226
2.4. Concorrência com outros profissionais da saúde.....	235
2.5. Relação jurídica de consumo: o paciente agora é consumidor	245

Capítulo 3

ESTETIZAÇÃO DA VIDA	255
3.1. Sociedade do consumo.....	261
3.2. Sociedade da imagem: busca pelo corpo perfeito.....	270
3.3. Busca pela eterna juventude e procedimentos médicos.....	279
3.4. Admirável mundo instagramável	286
3.5. Médicos e influenciadores digitais	292

Capítulo 4

PRINCÍPIO DA PROTEÇÃO À CONFIANÇA LEGÍTIMA	305
4.1. Responsabilidade civil contratual e extracontratual	313
4.2. Promessa de resultado em procedimentos estéticos	319
4.3. Dever de informação do médico.....	333
4.4. Consentimento informado	345
4.5. Nexos de causalidade.....	355

Capítulo 5

ASPECTOS PROCESSUAIS	363
5.1. Tutela de direitos coletivos.....	373
5.2. Ônus da prova	383
5.3. Prova técnica.....	393
5.4. Causa de pedir.....	401
5.5. Casuística judicial	415

NOTAS CONCLUSIVAS 429

REFERÊNCIAS 437