

Conteúdo:

- Construção do Direito do consumidor
- Código de Defesa do Consumidor – CDC – nova ordem social e jurídica
- Microsistema e os seus reflexos
- Bases fundantes do CDC
- Evolução (crise) dos contratos e a relativização das bases contratuais
- Novos paradigmas para os contratos: função social, boa-fé objetiva, coletivização dos interesses
- Redação dos clausulados de coberturas de seguros
- Cláusulas abusivas
- Contrato de adesão no CDC e no CC/2002
- Reflexos do CDC na atividade seguradora e no contrato de seguro
- Sistematização do Direito: Diálogo das fontes na interpretação dos contratos
- Dos elementos objetivos para a aceitação e recusa de riscos
- Da expectativa de confiança e responsabilidade civil da Seguradora
- Das formas de comercialização, inclusive o comércio eletrônico de seguros
- Práticas comerciais que geram conflitos de interesses

- Estudos de casos paradigmáticos. PL da Câmara n.º 29/2017, em análise no Senado e as respectivas determinações/alterações em relação aos dispositivos do CC/2002 tratados nesta Disciplina.

- Propaganda vs. publicidade

- Conceitos

- Livre manifestação do pensamento

- Interesses difusos

- Constituição Federal – limitações à liberdade de expressão

- Princípios que informa a publicidade

- Direito de informar, direito de se informar e direito de ser informado

- Código de Defesa do Consumidor: restrições à publicidade e enquadramento da publicidade abusiva

- Ordenamento repressivo à publicidade abusiva

- Autorregulamentação

- Os meios de comunicação

- Censura eletrônica

- Reflexos jurídicos sobre a publicidade de produtos securitários

- A divulgação de textos de contratos de seguros exclusivamente de forma eletrônica:

fundamentos e consequências.