

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNINOVAFAPÍ
BACHARELADO EM DIREITO

DÁRIO GABRIEL ALVES AZEVEDO

**PRÁTICAS ABUSIVAS À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO
CONSUMIDOR:** um estudo da venda casada

TERESINA
2023

DÁRIO GABRIEL ALVES AZEVEDO

**PRÁTICAS ABUSIVAS À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO
CONSUMIDOR: um estudo da venda casada**

Artigo de Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Examinadora do Centro
Universitário UNINOVAFAP, como requisito
parcial para obtenção do grau de Bacharel em
Direito.

Orientador: Prof.º Me. José Augusto Carvalho
Mendes Filho.

TERESINA
2023

FICHA CATALOGRÁFICA

A994p Azevedo, Dário Gabriel Alves.

Práticas Abusivas à luz do código de defesa do consumidor: um estudo da venda casada. Dário Gabriel Alves Azevedo – Teresina: UNINOVAFAPI, 2023.

Orientador (a): Prof. Me José Augusto Carvalho Mendes Filho. UNINOVAFAPI, 2023.

21. p.; il. 23cm.

Artigo (Graduação em Direito) – UNINOVAFAPI, Teresina, 2023.

1. Venda casada. 2. Prática Abusiva. 3. Consumidor. 4. Fornecedor. I. Título.
II. Azevedo, Dário Gabriel Alves. III Mendes Filho, José Augusto Carvalho.

CDD 346..073

DÁRIO GABRIEL ALVES AZEVEDO

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que me forneceu força, paciência e sabedoria, nessa

longa caminhada, que sempre esteve em primeiro lugar e me deu sabedoria para alcançar meus sonhos.

À minha família, que nunca me deixou desistir no decorrer do curso e entendeu os momentos de ausência sempre dando força e amor.

À minha esposa Bruna Lorena que com sua dedicação, me apoio e me auxiliou nos caminhos mais difíceis, esteve comigo nos piores momentos e me ajudou a sempre ficar de pé nas situações mais difíceis, foi quem priorizou o meu estudo e dedicou seus dias a me acompanhar no meu crescimento pessoal por toda a vida.

À minha avó Maria de Lourdes, que sempre foi a minha força, o meu escudo e a pessoa mais guerreira que eu conheci até hoje, sempre quis ver todos os seus netos formados. Ela que sempre diz: “esse é meu advogado!”. Agradeço a Deus pelo dom da vida da minha amada avó.

À minha mãe, minha querida mamãe Dalila Alves Lima Azevedo, por ser tão maravilhosa e me compreender, sempre sendo minha melhor amiga, minha felicidade e minha companhia, ela que sempre me ligava noite após noite para saber como eu estava.

Ao meu pai Afrânio de Sousa Azevêdo, por sempre me incentivar nos estudos e acreditar em mim. E o meu maior exemplo, meu amigo, meu conselheiro e meu protetor, meu único e verdadeiro herói.

A meu amigo Eduardo Xavier, que sempre me alegrou nas frustrações do dia a dia, sempre compartilhou sonhos e esteve comigo, não só um amigo, mas também como um irmão em Cristo.

Ao meu primo Damião Carvalho que sempre esteve me acompanhado e demonstrado o exemplo de ser um estudante e concurseiro, além de um grande amigo é um primo incrível.

Aos meus professores que se dispuseram a me ajudar de forma a acrescentar conhecimento a minha jornada acadêmica e se mostrassem sempre à disposição para auxiliar no que fosse necessário.

RESUMO

Este artigo tem como objetivo central analisar a prática da venda casada, uma conduta abusiva que afeta os consumidores que buscam adquirir produtos ou serviços. Para atingir esse propósito, a pesquisa se propõe a investigar uma série de aspectos fundamentais. Em primeiro lugar, examina os princípios e disposições constitucionais que têm relevância para compreender e regulamentar essa prática no contexto jurídico brasileiro. Em seguida, o artigo se dedica a explorar as diversas formas em que a venda casada pode se manifestar, destacando a sua natureza problemática sob a perspectiva dos direitos do consumidor. É igualmente relevante analisar como o Código de Defesa do Consumidor aborda essa prática, identificando e descrevendo as condutas específicas que são consideradas abusivas e, portanto, proibidas por lei. Além disso, esta pesquisa aprofunda a análise sobre a distinção entre consumidor e fornecedor nas relações de consumo, realçando a vulnerabilidade do consumidor em tal cenário. A partir disso, explora-se as medidas legais permitidas pela legislação brasileira para combater a venda casada, incluindo aquelas que visam restaurar a equidade nessa relação desigual. Por fim, o estudo discute os órgãos responsáveis pela fiscalização e aplicação da legislação no que se refere à venda casada. Este trabalho se propõe a fornecer uma visão holística e aprofundada da venda casada, considerando seus fundamentos constitucionais, suas implicações legais e as estratégias de proteção ao consumidor disponíveis, com base nos princípios constitucionais e nas disposições do Código de Defesa do Consumidor.

Palavras-chave: Venda casada. Prática Abusiva. Consumidor. Fornecedor.

ABSTRACT

This article's central objective is to analyze the practice of tying, an abusive conduct that affects consumers seeking to purchase products or services. To achieve this purpose, the research proposes to investigate a series of fundamental aspects. Firstly, it examines the principles and constitutional provisions that are relevant to understanding and regulating this practice in the Brazilian legal context. Next, the article is dedicated to exploring the different ways in which tying can manifest itself, highlighting its problematic nature from the perspective of consumer rights. It is equally relevant to analyze how the Consumer Protection Code addresses this practice, identifying and describing specific conduct that is considered abusive and, therefore, prohibited by law. Furthermore, this research deepens the analysis of the distinction between consumer and supplier in consumer relationships, highlighting the consumer's vulnerability in such a scenario. From this, the legal measures allowed by Brazilian legislation to combat tying are explored, including those that aim to restore equity in this unequal relationship. Finally, the study discusses the bodies responsible for monitoring and enforcing legislation regarding tying. This work aims to provide a holistic and in-depth view of tying, considering its constitutional foundations, its legal implications and the available consumer protection strategies, based on constitutional principles and the provisions of the Consumer Protection Code.

Keywords: Tied sale. Abusive Practice. Consumer. Supplier.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por finalidade demonstrar que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece um conjunto de comportamentos considerados abusivos contra os consumidores, que são considerados ilícitos por sua mera existência, sem a necessidade de comprovar que algum consumidor tenha sido prejudicado por eles.

Muitas vezes, os consumidores se veem obrigados a adquirir um determinado produto que não tem a intenção de comprar para que obtenha outro de seu interesse, essa conduta realizada pelo fornecedor não deve ser considerado legal, pois viola o direito do consumidor de adquirir produtos de forma independente.

A relação entre o consumidor e o fornecedor é marcada pela vulnerabilidade do consumidor em relação ao fornecedor. Essa vulnerabilidade é uma desigualdade inerente a essa relação, e o Código de defesa do consumidor (CDC) atua na regulação e proteção do consumidor contra abusos.

A Constituição Federal de 1988 aduz em seu art. 5º, inciso XXXII que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (Brasil, 1988). Nesse contexto, o dispositivo em análise foi a pedra angular para a defesa do consumidor, porém, por tratar-se de uma norma de eficácia limitada, necessitava de uma lei complementar para suprir tal limitação. Desse modo, com o advento da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) passa a existir (Brasil, 1990).

O Direito do consumidor, além da proteção contra a venda casada prevista no inciso I do artigo 39, traz ainda expressamente vários dispositivos de proteção ao consumidor. Dessa forma, temos seus direitos básicos no art. 6º, IV do CDC. Nessa linha, o art. 37 reconhece a proibição de toda publicidade enganosa ou abusiva, bem como no § 2º do mesmo artigo diz ser abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza (Brasil, 1990).

Portanto, em que pese haver uma legislação para combater as práticas abusivas impostas pelos fornecedores aos consumidores, é notório a falta de conhecimento acerca da existência dessa norma legal por parte dos consumidores, em virtude do grande número de pessoas sendo vítimas desses abusos.

O tema objeto de estudo deste estudo, as práticas abusivas, estão incluídas na Seção IV do Código de defesa do consumidor (CDC), na qual o artigo 39 fornece

um rol exemplificativo de tais práticas. Nesse contexto, o inciso I do artigo em questão assevera a venda casada como sendo “condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos” (Brasil, 1990).

Infere-se como uma prática comercial que consiste em condicionar a venda de um produto, serviço ou bem à compra de outro item que não está relacionado, deixando sem escolha o consumidor que fica refém.

A presente pesquisa tem como problema responder as seguintes questões: A prática da venda casada é amplamente difundida no mercado e viola os princípios do CDC? O conhecimento dos consumidores sobre seus direitos é um fator determinante para evitar práticas abusivas, como a venda casada? As empresas que utilizam a prática da venda casada buscam maximizar seus lucros, mesmo que isso signifique violar os direitos dos consumidores?

Nesse contexto, os objetivos do estudo são: descrever os conceitos e princípios da venda casada; analisar os prejuízos causados aos consumidores pela prática da venda casada; e conhecer as medidas adotadas pelos órgãos de proteção ao consumidor para coibir a venda casada.

O projeto em epígrafe tem extrema importância para a sociedade, pois espera-se com seus resultados encontrar subsídios que possibilitem uma efetiva proteção dos direitos nas relações consumeristas, principalmente no que tange à prática abusiva da venda casada.

Assim, um estudo aprofundado na matéria em exame, contribuirá para um fortalecimento das políticas públicas de proteção ao consumidor, assim, tornará uma relação justa e equitativa com o fornecedor. Nesse sentido, no campo acadêmico, este trabalho servirá como futuras fontes de pesquisas para outros pesquisadores do tema.

Este projeto de pesquisa foi desenvolvido por meio de uma revisão bibliográfica, que abarca a lei, a jurisprudência e a doutrina referente à venda casada. Dessa forma, utilizaremos livros, artigos científicos, revistas especializadas e sites governamentais relacionados ao tema.

Nesse contexto, utilizaremos ainda uma pesquisa de análise qualitativa, tendo em vista que esse tipo de abordagem possibilita uma explicação mais aprofundada do objeto de estudo.

2 PRÁTICAS ABUSIVAS

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece no seu artigo 39 uma série de comportamentos que são classificados como "práticas abusivas" quando identificados.

O referido diploma consumerista tem como objetivo principal equilibrar as relações de consumo, interpretando a legislação de forma a proteger os consumidores, incluindo a possibilidade de inverter o ônus da prova em certas situações, como indicado no inciso VIII do artigo 6º do CDC.

Uma das bases fundamentais do código de defesa do consumidor (CDC) é a proteção dos consumidores, que são consideradas parte mais vulnerável nas relações de consumo. A obrigação de proteção está explicitamente mencionada no inciso IV do artigo 6º. Dentro desse contexto de proteção, encontra-se a proibição das práticas abusivas.

É importante destacar que as "práticas comerciais" não devem ser confundidas com as práticas abusivas. As práticas comerciais são um conjunto de ações reconhecidas e disciplinadas pelo Código de defesa do consumidor no capítulo V, enquanto atividades comerciais em si, como oferta, cobrança de dívidas e outras ações. Por outro lado, as práticas abusivas são uma subcategoria das práticas comerciais listadas também no capítulo V.

As práticas abusivas consistem em ações que vão diretamente contra os princípios e objetivos do CDC, como, por exemplo, negar o direito à informação completa. Portanto, quando falamos de práticas abusivas, estamos nos referindo a condutas que violam as normas de proteção do consumidor e devem ser rejeitadas e punidas de acordo com a legislação de defesa do consumidor.

Para facilitar o entendimento sobre o que constitui uma conduta abusiva, o artigo 39 do CDC lista exemplos de situações que, se observadas em um caso específico, são consideradas "práticas abusivas". É importante ressaltar que a lista do artigo 39 do CDC não é exaustiva, ou seja, outros comportamentos além dos mencionados no artigo podem ser considerados práticas abusivas.

3 PRINCÍPIOS GERAIS

No contexto do Código de Defesa do Consumidor brasileiro, os princípios da proporcionalidade, equidade, boa-fé objetiva e os princípios gerais da ordem

econômica desempenham papéis importantes na garantia dos direitos dos consumidores e na regulação das relações de consumo. Vamos discutir cada um desses princípios.

Inicialmente, temos o princípio da proporcionalidade, o qual trata do equilíbrio nas relações de consumo, garantindo que as obrigações e responsabilidades das partes sejam proporcionais às circunstâncias e ao objeto do contrato. Isso significa que as cláusulas contratuais não devem ser excessivamente desvantajosas para o consumidor, e as penalidades impostas pelos fornecedores não devem ser desproporcionais em relação à infração cometida pelo consumidor.

Por sua vez a equidade é um princípio relacionado à justiça e à imparcialidade nas relações de consumo. O Código de Defesa do Consumidor estabelece que as partes devem agir de maneira equitativa e justa, respeitando os direitos e interesses legítimos de ambas as partes. Isso significa que práticas comerciais que buscam explorar a desigualdade de poder entre fornecedores e consumidores são consideradas desleais e, portanto, violam a equidade.

O princípio da boa-fé objetiva é um princípio fundamental que se refere à honestidade e à lealdade nas relações de consumo. Isso implica no dever das partes de agir de maneira transparente, correta e ética, evitando práticas enganosas, abusivas ou fraudulentas. Além disso, a boa-fé objetiva exige que as partes ajam de maneira cooperativa e busquem resolver conflitos de forma amigável e justa.

Além dos citados, temos os princípios gerais da ordem econômica, estabelecidos na Constituição Federal brasileira. Esses princípios incluem a defesa do consumidor, a busca pelo pleno emprego, a redução das desigualdades sociais e regionais, a defesa do meio ambiente, a redução das disparidades econômicas e a promoção do desenvolvimento econômico e social. Esses princípios orientam a política econômica e a regulação das relações de consumo, garantindo que o mercado atenda aos interesses coletivos e individuais dos consumidores.

No Código de Defesa do Consumidor (CDC), esses princípios trabalham em conjunto para estabelecer um ambiente justo e equitativo para as relações de consumo, protegendo os direitos e interesses dos consumidores e promovendo a ética e a transparência nas práticas comerciais. Quando fornecedores violam esses princípios, os consumidores têm mecanismos legais para buscar reparação e garantir que seus direitos sejam respeitados.

4 VENDA CASADA - CONCEITO E IMPLICAÇÕES

A venda casada é uma prática comercial que envolve o condicionamento da aquisição de um produto ou serviço à compra de outros produtos ou serviços, muitas vezes indesejados pelo consumidor. Essa prática é considerada antiética e, em muitos países, é ilegal. No contexto do direito do consumidor, a venda casada é uma violação dos direitos fundamentais dos consumidores e é estritamente proibida.

Deste modo comenta Almeida (2002, p. 24):

A primeira justificativa para o surgimento da tutela do consumidor, segundo entendemos, está assentada no reconhecimento de sua vulnerabilidade nas relações de consumo. Como citado em linhas anteriores, trata-se de espinha dorsal do movimento, sua inspiração central, base de toda a sua filosofia, pois, se, a contrário sensu, admite-se que o consumidor está cômico de seus direitos e deveres, informado e educado para o consumo, atuando de igual para igual em relação ao fornecedor, então a tutela não se justificaria. É facilmente reconhecível que o consumidor é a parte mais fraca na relação de consumo. A começar pela própria definição de que consumidores são os que não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se submeter ao poder dos titulares destes. Para satisfazer suas necessidades de consumo, é inevitável que ele compareça ao mercado e, nessas condições, submeta-se às condições que lhe são impostas pela outra parte, o fornecedor.

O conceito da venda casada é relativamente simples, sendo possível sintetizar na situação em que uma empresa ou fornecedor exija que o consumidor adquira um produto ou serviço adicional como condição para a compra do produto principal desejado. A prática da venda casada, em outras palavras, impõe aos consumidores a aquisição de um produto que não desejam de forma concomitante. Por exemplo, essa situação ocorre quando se condiciona a obtenção de um desconto em um determinado item à aquisição obrigatória de outro produto. Isso resulta na vinculação inescapável entre a compra do produto desejado e o produto adicional, restringendo o consumidor a adquirir algo que talvez não tivesse interesse em comprar de forma autônoma.

Outro exemplo pertinente seria em um banco que condiciona a aprovação de um empréstimo pessoal à contratação de um seguro de vida. Se o consumidor deseja apenas o empréstimo e não está interessado no seguro de vida, ele é forçado a adquirir ambos os produtos juntos.

Essas práticas abusivas adotadas pelos fornecedores de produtos e serviços tende a ferir uns dos princípio jurídicos, da boa-fé e bons costumes.

4.1 Implicações da Venda Casada

A venda casada tem várias implicações negativas para os consumidores e a economia em geral, como a limitação da liberdade de escolha, aumento de custos, desigualdade de poder, prejuízo a concorrência, prejuízo a imagem, violação dos direitos do consumidor, desrespeitos aos princípios do código de defesa do consumidor (CDC).

À priori, quando se fala em limitação da liberdade de escolha, verifica-se o cenário em que os consumidores são privados da liberdade de escolher livremente os produtos e serviços que desejam adquirir. São forçados a aceitar itens adicionais, muitas vezes a preços inflacionados.

A venda casada acaba por levar também a gastos desnecessários, uma vez que os consumidores são obrigados a pagar por produtos ou serviços que não desejam ou precisam.

Além disso, a prática da venda casada geralmente é adotada por empresas com grande poder de mercado, o que cria uma assimetria maior de poder entre os fornecedores e os consumidores.

Verifica-se ainda sérios prejuízos a concorrência no mercado, tornando difícil para empresas menores competir com as práticas comerciais antiéticas das grandes corporações. Acarreta também em violações aos direitos do consumidor, incluindo o direito à informação adequada, o direito à escolha e o direito à liberdade de contratar.

Mas também, a venda casada viola os princípios do Código de defesa do consumidor (CDC), como a liberdade de escolha, a boa-fé objetiva, a proporcionalidade e a equidade. Isso torna a prática ilegal e passível de sanções legais.

Ademais, o prejuízo à Imagem da marca e confiança do consumidor, pois os consumidores que se sentem forçados a comprar produtos ou serviços adicionais podem desenvolver uma visão negativa da empresa, o que pode afetar sua fidelidade à marca.

4.2 Princípios da Venda Casada

Os princípios são os alicerces sobre os quais se constrói a compreensão e a

aplicação de conceitos ou sistemas, por isso se faz necessário entender os principais pontos sobre os aspectos da venda casada.

Um dos princípios mais importantes é o princípio da liberdade de escolha, consistente no direito fundamental do consumidor de fazer escolhas autônomas. A venda casada viola esse princípio, uma vez que obriga o consumidor a adquirir um produto ou serviço adicional, li mitando sua capacidade de escolha.

O fornecedor tem como dever a transparência, em atendimento ao princípio de mesmo nome, por isso, deve ser transparente e claro nas condições de venda e nos produtos ou serviços oferecidos. A venda casada muitas vezes ocorre quando as condições não são divulgadas de forma adequada, enganando os consumidores.

Os consumidores têm o direito de receber informações completas e precisas sobre os produtos e serviços que estão adquirindo, em decorrência do princípio da informação adequada. A venda casada frequentemente envolve a falta de informações adequadas sobre a obrigatoriedade de adquirir produtos ou serviços adicionais.

A venda casada também não deve discriminar os consumidores com base em sua capacidade de pagar ou em outros critérios. Ela deve ser evitada para garantir que todos os consumidores sejam tratados de forma justa e igualitária.

A coerção na venda de produtos ou serviços adicionais é estritamente proibida, privilegiando o princípio da proibição de coerção. Os consumidores não devem ser forçados a adquirir algo contra sua vontade ou interesse.

Os fornecedores são responsáveis por garantir que suas práticas comerciais estejam em conformidade com as leis de defesa do consumidor. A venda casada pode resultar em penalidades legais para as empresas que a praticam.

Em suma, a venda casada é uma prática que vai contra os princípios fundamentais do Direito do Consumidor, tais como a liberdade de escolha, a transparência, a equidade e a proteção contra práticas comerciais desleais. Esses princípios são projetados para garantir que os consumidores tenham a capacidade de tomar decisões informadas e fazer escolhas de compra que atendam às suas necessidades e interesses.

4.3 Da Prática da Venda Casada para Maximizar seus Lucros

A venda casada é uma estratégia amplamente adotada por fornecedores em diversos setores comerciais, incluindo telecomunicações, bancos e varejo, com o

objetivo claro de maximizar seus lucros. Essa prática consiste em obrigar os consumidores a adquirirem produtos ou serviços complementares, frequentemente desnecessários, como forma de impulsionar as receitas das empresas.

A venda casada, enquanto estratégia de maximização de lucros, encontra sua base na imposição, muitas vezes sutil, de produtos ou serviços adicionais aos consumidores. Isso se traduz em benefícios financeiros para as empresas de diversas maneiras. Primeiramente, a venda casada é eficaz em aumentar a receita total, uma vez que os consumidores são forçados a comprar produtos adicionais. Além disso, essa prática pode contribuir para a fidelização dos clientes, tornando mais difícil para eles mudarem de fornecedor, o que, por sua vez, sustenta as receitas a longo prazo.

No entanto, a venda casada levanta preocupações éticas e legais significativas, especialmente em relação ao Código de Defesa do Consumidor (CDC) no Brasil. O CDC estabelece uma série de regras rigorosas para a proteção dos direitos dos consumidores e a regulamentação das práticas comerciais. Aqui estão algumas implicações da venda casada em relação ao CDC.

A venda casada infringe os direitos fundamentais dos consumidores, incluindo o direito à liberdade de escolha e ao acesso a informações claras e adequadas sobre os produtos e serviços. A prática é considerada uma forma de abuso, colocando o consumidor em desvantagem.

O código de defesa do consumidor (CDC) exige que os fornecedores forneçam informações claras, precisas e completas sobre os produtos e serviços oferecidos. A venda casada frequentemente carece de transparência e pode levar os consumidores ao erro, pois não lhes permite fazer escolhas informadas.

Assim, caso não cumpridas as determinações legais, o código de defesa do consumidor (CDC) prevê sanções legais para os fornecedores que desrespeitam as regras de proteção do consumidor, incluindo multas e a possibilidade de rescisão do contrato sem ônus para o consumidor.

Em resumo, a prática da venda casada, adotada pelos fornecedores para maximizar seus lucros, está em conflito direto com o Código de Defesa do Consumidor, que visa assegurar os direitos e a proteção dos consumidores. Portanto, os consumidores devem estar cientes de seus direitos e denunciar qualquer tentativa de venda casada às autoridades competentes, a fim de garantir a

observância das leis de defesa do consumidor e a promoção de práticas comerciais éticas e transparentes.

5 DO CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES E PREVENÇÃO DE PRÁTICAS ABUSIVAS

O conhecimento dos consumidores sobre seus direitos desempenham um papel fundamental na prevenção das práticas abusivas, quando os consumidores estão bem informados tendem a reconhecer com maior facilidade as práticas abusivas como exemplo a venda casada, com isso recorrer aos mecanismo de proteção para fazer valer seus direitos.

Porém, ressalvasse que apesar de tratar-se de uma prática rotineira, fica difícil para muito dos consumidores perceber quando em casos concretos o produto tem vinculação lícita ou ilícita com a venda.

As práticas abusivas nem sempre se mostram como atividades enganosas. Muitas vezes, apesar de não ferirem o requisito da veracidade, carregam alta dose de imoralidade econômica e de opressão. Em outros casos, simplesmente dão causa a danos substanciais contra o consumidor. Manifestam-se através de uma série de atividades, pré e pós-contratuais, assim como propriamente contratuais, contra as quais o consumidor não tem de-fesas, ou, se as tem, não se sente habilitado ou incentivado a exercê-las (Benjamin; Marques; Bessa, 2021, p. 375).

É importante salientar que a violação das normas relativas a práticas abusivas pode resultar em sanções administrativas, tais como a revogação de licença, a interdição e a suspensão das atividades comerciais. Além disso, as consequências podem abranger as esferas penal e civil, com a possibilidade de indenização por danos materiais ou morais, conforme estabelecido no artigo 6º, VII, do Código de defesa do consumidor (CDC) (Brasil, 1990).

No caso de um consumidor se deparar com a prática de venda casada, é fundamental que ele faça valer seus direitos imediatamente, buscando por exemplo meios de resolver conflitos entre consumidores e empresas sem sair de casa. Por exemplo, plataformas *online* como o "consumidor.gov.br"¹ e o "reclame.aqui"² foram criadas com a mesma finalidade de proteger os direitos dos consumidores e resolver disputas de consumo.

Se, mesmo assim, o estabelecimento ou fornecedor se recusar a cumprir a lei,

¹CONSUMIDOR.GOV.BR. Disponível em: www.consumidor.gov.br. Acesso em: 28 out. 2023.

² RECLAMEAQUI. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br>. Acesso em 28 nov. 2023.

o consumidor deve se dirigir ao órgão de defesa do consumidor mais próximo, com testemunhas, e registrar sua reclamação, podendo até mesmo solicitar a presença da polícia, uma vez que a lei do consumidor é de interesse público, exigindo assim a intervenção do estado.

O Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON)³ é um dos principais órgãos procurados pelos consumidores quando desejam registrar reclamações contra empresas ou fornecedores. Sendo uma entidade pública com a responsabilidade de salvaguardar os direitos do consumidor conforme estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor, o PROCON age como uma autoridade administrativa. Quando um consumidor ou reclamante reporta uma situação, o órgão inicia o processo notificando a empresa ou fornecedor envolvidos. Esta notificação pode ser realizada por meio de uma Carta de Investigação Preliminar (CIP), ligações telefônicas ou e-mails.

A empresa ou fornecedor notificado é obrigado a apresentar uma resposta ou defesa em relação à queixa. Caso não cumpram com esta exigência, a parte reclamada poderá ser sujeita a sanções administrativas. Após a apresentação da defesa por parte do fornecedor, o consumidor pode concordar ou discordar com a resposta fornecida. No caso de discordância, o consumidor é orientado a buscar resolução judicial por meio do Juizado Especial Civil.

Além disso o PROCON oferece orientações valiosas ao consumidor, exemplo a Escola Estadual de Defesa do Consumidor (EEDC), onde levam conhecimento útil ao consumidor, conscientiza fornecedores e estimulam que o consumidor consulte a reputação do fornecedor como forma de prevenir a infração. O órgão também enfatiza a importância de ler minuciosamente todas as cláusulas de um contrato e só assiná-lo quando houver total compreensão do que está escrito, verificando a existência de cobranças indevidas.

De acordo com dados do PROCON, as queixas mais frequentes dos consumidores em relação às práticas abusivas de venda casada envolvem instituições bancárias, que costumam vincular a venda de serviços, como empréstimos ou financiamento imobiliário, à abertura de uma conta corrente e à contratação de outros serviços, como seguro residencial, títulos de capitalização e cartões de crédito. Lojas que incluem cobranças, como seguros, nas faturas dos consumidores sem seu consentimento também estão em desacordo com a lei.

³ PROCON PI. Disponível em: <https://www.mppi.mp.br/internet/procon/>. Acesso em 28 nov. 2023.

No caso de assinaturas de revistas, os consumidores frequentemente se deparam com cobranças surpresa após serem prometidas assinaturas gratuitas de outras revistas da mesma editora. Empresas de TV a cabo anunciam grandes descontos em pacotes de TV, mas para obtê-los, os consumidores são forçados a contratar planos de telefone ou internet. Na garantia estendida, os fornecedores frequentemente incluem cobranças na compra de produtos sem o consentimento do comprador. Por fim, algumas redes de cinemas só permitem a entrada nas salas com alimentos exclusivos de suas marcas.

Todas essas práticas mencionadas são contrárias ao Código de Defesa do Consumidor (CDC) e outras leis pertinentes, e os consumidores, ao se depararem com essas situações, devem exercer seus direitos, buscando o apoio dos órgãos competentes para garantir sua efetivação.

Além do PROCON, existem outros meios de resolver conflitos entre consumidores e empresas sem sair de casa. Por exemplo, plataformas online como o "consumidor.gov.br" e o "reclame.aqui" foram criadas com a mesma finalidade de proteger os direitos dos consumidores e resolver disputas de consumo.

6 LEGISLAÇÃO E PROTEÇÃO CONTRA A VENDA CASADA

A maioria dos países, incluindo o Brasil, possui leis de defesa do consumidor que proíbem explicitamente a venda casada. No Brasil, a Lei nº 8.078/1990 - O Código de Defesa do Consumidor (CDC), estabelece diretrizes claras e penalidades para empresas que praticam a venda casada.

Portanto, os consumidores têm direitos legais para protegê-los contra essa prática abusiva. Eles podem recusar a compra de produtos ou serviços indesejados, denunciar as empresas à autoridade de proteção do consumidor (PROCON) e buscar reparação por danos causados pela venda casada.

6.1 LEGISLAÇÃO APLICÁVEL - O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor, em seus incisos do artigo 39, enumera uma lista de práticas prejudiciais ao consumidor, conforme segue.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

I - Condição o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

- II - Recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;
 - III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;
 - IV - Prevaler-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;
 - V - Exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;
 - VI - Executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;
 - VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;
 - VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Cronometro);
 - IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;
 - X - Elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.
 - XI - Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da conversão na Lei nº 9.870, de 23.11.1999
 - XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério.
 - XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.
 - XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo.
- Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento (Brasil, 1990).

As relações entre o consumidor e o fornecedor estão em constante mudanças e novas práticas abusivas surgindo, o legislador por outro lado fez bem ao elencar algumas dessas práticas em seu rol exemplificativo do que possa ser práticas abusivas para o consumidor.

Práticas comuns como empresas de telefonia, que prometem aparelhos de celular gratuitos com a compra de produtos, mas, posteriormente, exigem a contratação de planos de telefonia. Nesse sentido, afirma Alves (2008, p. 74) “Busca-se impedir que o consumidor seja obrigado a adquirir um produto ou serviço adicional, que não tenha escolhido por conta própria, mas que lhe seja imposto como condição para obter o produto ou serviço que ele realmente deseja usar”.

Isso ressalta a importância de preservar a capacidade de escolha do consumidor e garantir que ele não seja forçado a arcar com custos ou compromissos indesejados para atender às suas necessidades.

No contexto das práticas abusivas contra os consumidores, a doutrina faz uma distinção entre dois tipos: "*stricto sensu*" e "*lato sensu*". A venda casada "*stricto sensu*" ocorre quando o consumidor é obrigado a adquirir um serviço específico para poder consumir outro, ou seja, a aquisição de um serviço é condicionada à compra de outro. Por outro lado, na venda casada "*lato sensu*", o consumidor tem a opção de adquirir um produto, mas se quiser adquirir outro serviço relacionado, ele é forçado a comprar ambos do mesmo fornecedor.

Tanto as práticas "*stricto sensu*" quanto "*lato sensu*" são consideradas proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). Isso ocorre porque elas restringem a liberdade de escolha do consumidor na relação de consumo, violando um dos princípios fundamentais da legislação consumerista, que é garantir a autonomia do consumidor na tomada de decisões.

Assim aduz o Ministro Benjamin (2021, p. 375) "A prática abusiva, em um sentido amplo, é a falta de conformidade com as normas éticas no mercado em relação ao consumidor". As práticas abusivas nem sempre envolvem atividades enganosas; frequentemente, embora não violem o requisito de veracidade, carregam consigo um alto grau de imoralidade econômica e opressão. Em outros casos, elas simplesmente resultam em danos significativos para o consumidor. Essas práticas se manifestam por meio de uma variedade de atividades, antes e depois da celebração do contrato, bem como no próprio contrato, e o consumidor muitas vezes carece de recursos para se defender ou, quando os possui, não se sente habilitado ou encorajado a fazê-lo.

As práticas consideradas abusivas não se limitam às disposições do Código de Defesa do Consumidor. Elas também encontram regulamentação em outras leis, como a Lei 12.529/11, que, em seu artigo 36, trata das infrações à ordem econômica. No parágrafo 3, inciso XVIII deste artigo, está previsto que constitui infração à ordem econômica a venda que condiciona a aquisição de um produto à utilização de um serviço ou a prestação de um serviço à utilização de outro bem (Brasil, 2011).

6.2 PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL

A constituição federal também abrange e protege o consumidores em suas relações consumerista, protegendo seus direitos. O inciso XXXII do Artigo 5º da Constituição Federal do Brasil assegura o direito do consumidor ao aduzir que "o

Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (Brasil, 1988). Também vemos novamente menção ao direito do consumidor no art. 170, inciso V, que dispõe:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:
V- defesa do consumidor (Brasil, 1988).

Os direitos dos consumidores são amparados por duas legislações de extrema relevância no Brasil: a Constituição Federal de 1988, que estabelece princípios e direitos fundamentais que abrangem a proteção do consumidor, e o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990), que direciona de forma mais específica a proteção do consumidor.

A proibição da prática de venda casada é um exemplo de como as leis brasileiras buscam assegurar a proteção do consumidor. Essa prática, amplamente vedada, prejudica os direitos estabelecidos em lei, desequilibrando a relação entre consumidor e fornecedor.

A base fundamental para essa proteção ao consumidor reside na Constituição Federal de 1988, que consagra, no inciso XXXII do artigo 5º, o dever do Estado em promover a defesa do consumidor. Esse preceito constitucional reflete a preocupação do legislador em criar um ambiente em que o consumidor tenha seus direitos respeitados e esteja amparado legalmente.

Além disso, o Código de Defesa do Consumidor, promulgado em 1990, estabelece uma série de direitos e regras detalhadas que ampliam a proteção do consumidor. Ele visa garantir a qualidade, a transparência e a segurança nas relações de consumo, bem como a possibilidade de os consumidores recorrerem a mecanismos judiciais e administrativos em caso de violação de seus direitos (Brasil, 1990).

Portanto, a combinação dessas duas legislações, juntamente com a proibição de práticas abusivas, como a venda casada, forma uma estrutura legal sólida que visa a equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores, assegurando que os direitos dos consumidores sejam respeitados e que haja recursos legais disponíveis para protegê-los quando necessário. Isso é fundamental para a construção de um ambiente de consumo justo e seguro no Brasil.

7 VENDA CASADA LEGAL

No que diz respeito à prática da venda casada, é importante destacar que existem situações nas quais ela é considerada legítima, sendo denominada de "venda casada legal." Por exemplo, temos o cenário de lojistas que vendem ternos completos e não comercializam as calças separadamente. Nesse caso, a venda conjunta do terno é permitida.

Outro exemplo são as promoções do tipo "compre 3 e pague 2," desde que o consumidor tenha a opção de adquirir o produto individualmente pelo preço normal, sem estar condicionado a promoção. Além disso, em situações como a venda de potes de sorvete em quantidades padronizadas por uma sorveteria, não é necessário oferecer porções menores, o que também é aceitável.

De acordo com Garcia (2008), a venda casada pode ser aceitável em algumas situações, desde que haja razoabilidade na limitação imposta, a fim de evitar abusos tanto por parte do fornecedor quanto do consumidor.

É importante notar que a venda separada de produtos é permitida desde que não prejudique a qualidade final do produto e seja economicamente viável para o consumidor. Alguns produtos industrializados, como sal e farinha de trigo, que são comumente encontrados em embalagens de 500 gramas no mercado, não configuram uma prática abusiva contra o consumidor.

Conforme Benjamin, Marques e Bessa (2021), a venda casada no Brasil pode ser admissível em circunstâncias excepcionais, contanto que o consumidor tenha o direito de recusar a aquisição dos produtos em conjunto e, se desejar, comprar os produtos ou serviços individualmente pelo preço normal, sem descontos.

Em relação à comercialização de sacos plásticos por supermercados, é importante notar que essa prática não é considerada uma forma de venda casada, uma vez que não existe abuso contra o consumidor, que não é obrigado a adquirir os sacos plásticos para fazer compras no estabelecimento.

Da mesma forma, a cobrança de uma tarifa mínima por serviços de água ou telefonia tem sido justificada como necessária para manter a prestação ininterrupta desses serviços ao consumidor, o que a torna uma forma de venda casada permitida, respeitando o entendimento jurisprudencial aplicado ao caso.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presença de equilíbrio e transparência é de extrema importância em uma relação de consumo, beneficiando ambas as partes envolvidas e promovendo o bem-estar mútuo. Em casos de desequilíbrio, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) age considerando o consumidor como a parte mais vulnerável, devido ao fato de o fornecedor possuir os recursos de produção. Nesse sentido, o diploma consumerista proíbe práticas que prejudicam os consumidores, baseando-se nos princípios da proporcionalidade, equidade, boa-fé objetiva e nos princípios gerais da ordem econômica.

É evidente, para observadores críticos, a ocorrência frequente da venda casada em relações de consumo. Essas práticas podem assumir diversas formas e nem sempre são percebidas como atividades enganosas, mas impactam negativamente o bem-estar do consumidor, mesmo que não causem danos imediatos.

Portanto, é imperativo que os consumidores estejam cientes de que abusos são comuns no momento da compra de produtos ou serviços. Eles não devem aceitar imposições dos fornecedores e têm o direito de exigir a aquisição do produto ou a prestação do serviço de acordo com suas preferências.

Recomenda-se que os consumidores que se deparam com a prática de venda casada denunciem aos órgãos de proteção do consumidor, como o PROCON, Ministério Público e Delegacia do Consumidor. Essas instituições tomarão as medidas apropriadas para aplicação de punições.

A erradicação da venda casada depende da vigilância constante por parte dos consumidores e das entidades responsáveis por protegê-los. Isso inclui a denúncia ao PROCON e ao Ministério Público, bem como a apresentação de ações legais para combater essa prática abusiva.

O julgamento de casos específicos deve envolver uma análise aprofundada para determinar se a venda casada está ocorrendo e aplicar a lei de acordo com seus propósitos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **A Proteção Jurídica do Consumidor**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

ALVES, Geraldo Magela. **Código do Consumidor na Teoria e na Prática**. Editora Del Rey, 2008.

BENJAMIN, Antonio Herman. V.; MARQUES, Claudia; BESSA, Leonardo. **Manual de Direito do Consumidor**. 9 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.

BRASIL. Lei nº 12.529 de 30 de novembro de 2011. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei nº 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília. Poder Executivo, Brasília, DF, 30 nov. 2011.

BRASIL. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília. Poder Executivo, Brasília, DF, 11 set. 1990.

CARVALHO, Brunna Lemos de Oliveira. A ineficiência do código de defesa do consumidor nas práticas abusivas no comércio eletrônico. **Jus Navigandi**, 15 out. 2018. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/69649/a-ineficiencia-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-nas-praticas-abusivas-no-comercio-eletronico>. Acesso em: 25 out. 2023.

CONSUMIDOR.GOV.BR. Disponível em: www.consumidor.gov.br. Acesso em: 28 out. 2023.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. Direito do Consumidor: **Código Comentado e Jurisprudência**. 4 ed. Niterói - RJ: Impetus, 2008.

PROCON PI. Disponível em: <https://www.mppi.mp.br/internet/procon/>. Acesso em 28 nov. 2023.

RECLAMEAQUI. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br>. Acesso em 28 nov. 2023.

REDAÇÃO. Todos somos consumidores, pelo simples fato de existir. **Migalhas**, 12 mar. 2009. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/79978/todos-somos-consumidores--pelo-simples-fato-de-existir>. Acesso em: 29 out. 2023.

DECLARAÇÃO DE REVISÃO ORTOGRÁFICA

Eu, Cândida Celian Pordeus Sarmento, graduada em Letras pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), declaro para o Centro Universitário UNINOVAFAPI que revisei o Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Direito intitulado Práticas Abusivas à luz do Código de Defesa do Consumidor, do aluno Dário Gabriel Alves Azevedo.

Declaro ainda que o presente trabalho encontra-se de acordo com as normas ortográficas e gramaticais vigentes.

Teresina, 14 de novembro de 2023.

Cândida Celian Pordeus Sarmento

Cândida Celian Pordeus Sarmento
CPF: 349.912.395-91

UNINOVAFAPI
CENTRO UNIVERSITÁRIO

Afya

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNINOVAFAPI
REPOSITÓRIO DA BIBLIOTECA DO CENTRO UNIVERSITÁRIO UNINOVAFAPI

Termo de Autorização para Publicação Eletrônicas de Teses, Dissertações e Trabalhos de Conclusão de Curso no Repositório Institucional do Centro Universitário UNINOVAFAPI

1. Identificação do Material Bibliográfico:

☐ Tese
☐ Dissertação
☐ Monografia
☒ TCC Artigo

2. Identificação do Trabalho Científico:

Curso de Graduação: <u>Direito</u>
Programa de pós-graduação:
Título: <u>Prática Abusiva à luz do Código de defesa do consumidor</u>
Data da Defesa: <u>23/11/2023</u>

3. Identificação da Autoria:

Autor: <u>Dário Gabriel Alves Azevedo</u>
Orientador: <u>[assinatura]</u>
Coorientador:
Membros da Banca: <u>Aurilio lobos / Paloma / Jose Augusto</u>

AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAÇÃO NO REPOSITÓRIO DA BIBLIOTECA

Autorizo ao Centro Universitário UNINOVAFAPI a disponibilizar gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, o texto integral da publicação supracitada, de minha autoria, em seu repositório, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão pela Internet, a título de divulgação da produção científica gerada pela Centro Universitário a partir desta data. Ainda por este termo, eu, abaixo assinado, assumo a responsabilidade de autoria do conteúdo do referido trabalho científico, estando ciente das sanções legais previstas referentes ao plágio.

Local: Uninovafapi - Teresina - PI Data: 26/11/2023

Dário Gabriel Alves Azevedo
Assinatura do(a) Autor(a):