

**FACULDADE EVANGÉLICA DE RUBIATABA
CURSO DE DIREITO
MAURÍLLIO MARQUES SILVA**

**A INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO –
PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS (VENDA CASADA)**

**RUBIATABA/GO
2020**

MAURÍLLIO MARQUES SILVA

**A INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO –
PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS (VENDA CASADA)**

Monografia apresentada como requisito parcial à conclusão do curso de Direito da Faculdade Evangélica de Rubiataba, sob orientação do professor Fernando Hebert de Oliveira Geraldino, pós-graduado em Direito Público.

**RUBIATABA/GO
2020**

MAURÍLLIO MARQUES SILVA

**A INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO –
PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS (VENDA CASADA)**

Monografia apresentada como requisito parcial à conclusão do curso de Direito da Faculdade Evangélica de Rubiataba, sob orientação do professor Fernando Hebert de Oliveira Geraldino, pós-graduado em Direito Público.

MONOGRAFIA APROVADA PELA BANCA EXAMINADORA EM 23/09/2020

**Pós-graduado em Direito Público, Fernando Hebert de Oliveira Geraldino
Orientador
Professor da Faculdade Evangélica de Rubiataba**

**Especialista em Direito Público, Marcus Vinícius Silva Coelho
Examinador
Professor da Faculdade Evangélica de Rubiataba**

**Mestre em Ciências Ambientais, Leidiane de Moraes e Silva Mariano
Examinador
Professor da Faculdade Evangélica de Rubiataba**

Este trabalho é dedicado, primeiramente, a Deus, pela força ao longo dessa jornada. Também dedico aos meus pais, irmã, família, amigos, colegas, professores e orientador, os quais me auxiliaram e estiveram comigo sempre no decorrer deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Nessa fase muito especial em minha vida, não posso deixar de agradecer a Deus por toda força, ânimo e coragem que me proporcionou para alcançar o meu objetivo.

Agradeço também à faculdade, por ter me acolhido e proporcionado grandes momentos que possibilitaram dias de aprendizados muito ricos.

Aos professores, reconheço uma imensa dedicação com muita paciência e sabedoria. Foram eles que deram bagagem e ferramentas para evoluir um pouco mais todos os dias.

Agradeço também especialmente aos meus pais e amigos, porque foram eles que me incentivaram e inspiraram através de gestos e palavras a superar todas as dificuldades.

À todas as pessoas que de alguma forma me ajudaram a acreditar no meu potencial, eu quero deixar um agradecimento eterno, porque sem elas não teria sido possível.

Muito Obrigado!

“Melhor é o pouco com justiça, do que a abundância de bens com injustiça”. Provérbios 16:8

RESUMO

Este trabalho monográfico tem o intuito de abordar a prática abusiva de venda casada no que tange a sua caracterização e suas ilegalidades, cuja problemática e objetivo geral centralizam-se em verificar se cabe o dano moral ao consumidor de boa-fé nos casos de ilegalidade da prática de venda casada. Os objetivos específicos consistem em caracterizar a venda casada, o fornecimento obrigatório de outro serviço/produto sem o consentimento do consumidor, que é a primeira prática abusiva prevista no CDC e como ela está prevista na Constituição Federal; estudar os Princípios da Boa-fé Objetiva e da Hipossuficiência, os quais são importantes para evitar a venda casada e obter uma boa relação de consumo; por fim, verificar a ilegalidade da prática de venda casada demandado pelo dano moral e conferir o que vem a ser o dano moral, bem como suas características, de maneira que o consumidor fique ciente de seus direitos e que a venda casada pode causar o dano. Esta será uma pesquisa dedutiva, na qual será utilizada a metodologia qualitativa, consistente na reunião de pensamentos de diversos autores que entendem sobre o tema em questão. Em que pese os resultados, somando esses entendimentos com as legislações pertinentes, foi possível perceber que a prática de venda casada é ilegal quando o consumidor não tem o conhecimento do acontecido, logo, sofrerá danos morais e o fornecedor será obrigado a indenizá-lo pelo mesmo valor gasto ou pelo dobro.

Palavras-chave: Dano Moral. Direito do Consumidor. Indenização. Venda Casada.

ABSTRACT

This monographic work aims to address the abusive practice of tying with regard to its characterization and its illegalities, whose problem and general objective are centered in verifying if the moral damage to the consumer in good faith fits in cases of illegality of the practice of tying. The specific objectives are to characterize the tying, the mandatory supply of another service / product without the consumer's consent, which is the first abusive practice provided for in the CDC and how it is provided for in the Federal Constitution; to study the Principles of Objective Good Faith and Hypo-sufficiency, which are important to avoid tying and obtain a good consumption relationship; finally, verify the illegality of the practice of tying selling demanded by moral damage and checking what moral damage is, as well as its characteristics, so that the consumer is aware of his rights and that tying can cause the damage. This will be a deductive research, in which the qualitative methodology will be used, consistent in the gathering of thoughts of several authors who understand about the theme in question. Despite the results, adding these understandings with the relevant legislation, it was possible to realize that the practice of tying is illegal when the consumer is unaware of what happened, therefore, he will suffer moral damage and the supplier will be obliged to indemnify him for the same amount spent or double.

Keywords: Consumer Law. Indemnity. Moral damage. Tying.

Traduzido por Samira Tauane Alves Magalhães, graduada em Letras Português/Inglês pela Universidade Estadual de Goiás.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADOC- Associação de Defesa do Consumidor

APC – Associação de Proteção ao Consumidor

CC – Código Civil

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CNDC – Conselho Nacional de Defesa do Consumidor

CONDECON – Conselho de Defesa do Consumidor

CF – Constituição da República Federativa do Brasil

MP – Ministério Público

PROCON – Programa de Proteção e Defesa do Consumidor

STJ – Superior Tribunal de Justiça

TJ – Tribunal de Justiça

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	A EVOLUÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR E A VENDA CASADA.....	13
2.1	O INÍCIO DO DIREITO DO CONSUMIDOR	14
2.2	O QUE CARACTERIZA A VENDA CASADA?	16
2.2.1	VENDA CASADA E A CONSTITUIÇÃO FEDERAL	19
3	ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS DA BOA-FÉ E DA HIPOSSUFICIÊNCIA.....	22
3.1	PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA.....	23
3.2	PRINCÍPIO DA HIPOSSUFICIÊNCIA.....	25
4	VENDA CASADA: DANOS MORAIS	28
4.1	A ILEGALIDADE DA VENDA CASADA.....	28
4.2	DANOS MORAIS NA PRÁTICA DE VENDA CASADA.....	31
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	34

1. INTRODUÇÃO

Esse trabalho monográfico tem o intuito de abordar a indenização por danos morais nas relações de consumo sob a prática comercial abusiva da venda casada, no que tange como ela está prevista nas legislações, de modo que os consumidores tenham seus direitos resguardados. Dessa forma, a problemática centraliza-se em verificar se cabe o dano moral ao consumidor de boa-fé nos casos de ilegalidade da prática de venda casada.

Nesse problema, verifica-se duas hipóteses: a primeira resguarda-se em mostrar ao leitor/consumidor que cabe dano moral na prática de venda casada por fornecedores que a usam de má-fé. A segunda, afirma que a prática de venda casada constitui crime e pena de detenção.

Desta feita, o objetivo geral consiste em analisar a possibilidade de haver dano moral nas relações de consumo com venda casada. No mesmo rumo, os objetivos específicos consistem em caracterizar a venda casada, o fornecimento obrigatório de outro serviço/produto sem o consentimento do consumidor que é a primeira prática abusiva prevista no CDC e como ela está prevista na Constituição Federal; estudar os Princípios da Boa-fé Objetiva e da Hipossuficiência, os quais são importantes para evitar a venda casada e obter uma boa relação de consumo; verificar a ilegalidade da prática de venda casada demandado pelo dano moral e conferir o que vem a ser o dano moral, bem como suas características, de maneira que o consumidor fique ciente de seus direitos e que a venda casada pode causar o dano.

O estudo justifica-se na importância em demonstrar ao consumidor, que a prática de venda casada é ilegal e acontece rotineiramente no dia-a-dia dos consumidores que conseqüentemente sofrem danos causados pela prática abusiva. Por isso, alerta-se que consumidores de boa-fé estejam cientes de seus direitos respaldos por legislações como o CDC e a CF, de tal modo que fornecedores que cometem a prática devem indenizar os consumidores por danos morais.

Com relação ao método, trata-se de uma pesquisa calcada no método dedutivo, na qual será utilizada a metodologia qualitativa, consistente na reunião de pensamentos de diversos autores que entendem sobre o tema em questão, a fim de se estabelecer como as leis garantem aos consumidores seus direitos quando ocorre a prática de venda casada.

A técnica de pesquisa utilizada desdobra-se na bibliográfica, através de consultas realizadas em doutrinas (Manual do Direito do Consumidor, Curso de Direito do Consumidor

e Direito Civil Brasileiro), artigos eletrônicos (Dano Moral: A necessidade de um novo conceito, condizente com o novo paradigma civil constitucional) e de legislações pertinentes como o Código de Defesa do Consumidor, Código Civil e Constituição Federal de 1988. Sobreleva-se que todos são essenciais para a análise e solução da problemática acima exposta.

Desse modo, a pesquisa desenvolve-se da seguinte maneira: a primeira seção inicia-se com uma explicação sobre o Direito do Consumidor e seu crescimento na sociedade, bem como a criação dos órgãos para que protejam o consumidor nas relações consumeristas. Em seguida, a fim de que seja possível entender mais sobre a problemática, explana-se sobre o que vem a ser a venda casada e suas características, sendo esta prevista no art. 39, I do CDC como prática abusiva e ocorre quando um fornecedor de má-fé obriga o consumidor de boa-fé a condicionar o produto ou serviço solicitado a outrem.

Posteriormente, a pesquisa volta-se para o estudo da venda casada e sua previsão legal na Constituição Federal de forma que, o consumidor tem o Estado como seu principal defensor, levando a igualdade entre fornecedor e consumidor e apresentando segurança ao consumidor sobre seus direitos e ainda, relatando que os fornecedores devem ressarcir-los sobre os danos cometidos. Portanto, tem-se como resultado que a evolução do Direito do Consumidor trouxe mais segurança ao consumidor nas relações de consumo e que a prática de venda casada tem se tornado cada vez mais comum. Logo, o consumidor de boa-fé deve estar ciente dos seus direitos e dos danos que a prática abusiva pode causar.

Na segunda seção ilustra-se os princípios básicos que norteiam uma boa relação de consumo, primeiro com o Princípio da Boa-Fé Objetiva que diz respeito a lealdade entre fornecedores e consumidores, onde nenhum deve se sobrepor ao outro. O segundo, por sua vez, o Princípio da Hipossuficiência, elucida sobre os danos sofridos pelo consumidor em razão da venda casada em função de sua falta de conhecimentos técnicos.

Na terceira seção, aborda-se mais profundamente sobre o foco principal da problemática, qual seja, o dano moral, o qual ocorre quando a pessoa sente ofensa a sua honra, imagem e saúde em casos de venda casada, portanto, será apresentado a ilegalidade da prática da venda casada.

Nessa esteira, chega-se à resposta da pesquisa. Após analisados todos os itens com base nos exemplos citados, pode-se dizer que cabe sim o dano moral na prática de venda casada.

2. A EVOLUÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR E A VENDA CASADA

O direito do consumidor teve seu início no Brasil na década de 70, vagarosamente quando as pessoas já exibiam os seus lados consumidores. Logo, surgiu-se o interesse das associações civis em defender a parte mais fraca, o consumidor. Com o passar dos tempos e o aumento da sociedade, a busca por produtos e serviços também aumentaram e dessa maneira foram criados órgãos de proteção ao consumidor, até chegar-se em 1991 quando começou a vigorar o (CDC) Código de Defesa do Consumidor.

De fato, a evolução das legislações referentes aos consumidores trouxera diversos direitos aos mesmos e conseqüentemente mudou as relações de consumo, constituindo igualdade entre fornecedores e consumidores nas relações de consumo para que não mais fornecedores se sobrepusessem aos consumidores.

A venda casada, primeira prática abusiva mencionada no CDC em seu art. 39, I, trata de quando o fornecedor agindo de má-fé obriga o consumidor a adquirir outro produto/serviço sem o consentimento do mesmo (BRASIL, 1990). Tal prática ainda é comum, no entanto, a Constituição Federal de 1988 traz como referência que o Estado é o principal defensor do consumidor e expõe que o fornecedor que abusar dos seus direitos deve indenizar o consumidor que sofrer o dano (BRASIL, 1988).

Assim, esse capítulo tem como objetivo apresentar a evolução do direito do consumidor que trouxe garantias e fortaleceu o consumidor nas relações de consumo, bem como trazer o conceito de venda casada, prática abusiva ainda comum, que o fornecedor poderá indenizar o consumidor em danos morais quando fazer uso de má-fé.

Destarte, esse capítulo, utiliza-se do método qualitativo e da compilação de dados bibliográficos e documentais, através de doutrinas (Manual do Direito do Consumidor, Curso de Direito do Consumidor), além de legislações pertinentes, como no caso, Código de Defesa do Consumidor e Constituição Federal de 1988.

O próximo capítulo, visa abordar sobre o princípio da Boa-fé Objetiva e o princípio da Hipossuficiência, os quais são de grande relevância para analisar se na prática ilegal da venda casada cabe o dano moral, pois tais princípios se baseiam em garantir uma boa relação de consumo para que diminua a frequente prática e nenhuma das partes se sobreponha a outra. Contudo, o não respeito a esse princípio combinado com a prática de venda casada pode causar danos a honra e saúde do consumidor.

2.1 O INÍCIO DO DIREITO DO CONSUMIDOR

O presente tópico, tem como objetivo explicar sobre as relações consumeristas e com isso, sobre o início do Direito do Consumidor e suas legislações, bem como sobre o CDC, o qual trouxe mais proteção aos consumidores e, sobretudo, buscou a igualdade entre fornecedores e consumidores nas relações de consumo.

O Direito do Consumidor no Brasil teve início nos anos 70, segundo Markus “no Brasil, o movimento consumerista teve seu desenvolvimento timidamente, nos primórdios dos anos 70, com a criação das primeiras associações civis e entidades governamentais voltadas para esse fim” (2015, p. 30).

Portanto, desde a década de 70 as pessoas já mostravam preocupação com a proteção do consumidor, considerada a parte mais fraca nas relações de consumo, porém como o Autor disse, esse movimento crescia timidamente.

Considerando o entendimento de Markus (2015), no ano de 1974, no Rio de Janeiro, foi criado o Conselho de Defesa do Consumidor, CONDECON; em 1976 em Porto Alegre foi criada a Associação de Proteção ao Consumidor, APC; no mesmo ano, em Curitiba, foi criada a Associação de Defesa do Consumidor, ADOC.

Assim sendo, estes órgãos ainda operavam apenas a nível estadual. Pode-se afirmar que o órgão que operava em São Paulo em 1978 se chamava Grupo Executivo de Proteção ao consumidor, hoje conhecido como Fundação de Proteção ao Consumidor – PROCON, com base na Lei de São Paulo nº 1.903 de 29 de dezembro de 1978. (MARKUS, 2015).

Logo, esse movimento consumerista foi crescendo e também a sociedade foi se adaptando com essa evolução, porém, conforme o PROCON esses órgãos só tinham competência estadual e municipal, não sendo capaz de atuarem em âmbito federal.

Somente em 24 de julho de 1985, surgiu um órgão que tinha competência federal para conduzir a política de defesa do consumidor, este órgão denominava-se Conselho Nacional de Defesa do Consumidor –CNDC (hoje extinto) (MARKUS, 2015).

Hoje, em pleno século XXI, já podemos contar com a Constituição da República Federativa do Brasil (CF), uma vez que em seu inciso XXXII do artigo 5º já prevê o direito a proteção do consumidor “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (BRASIL, 1988). Assim sendo, compreende-se que os legisladores da Constituição da República Federativa pensou na proteção dos consumidores e definiram em seu artigo 24,

inciso VIII, a responsabilidade pelo dano causado ao consumidor, pois o artigo prevê que “compete a União, Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre a responsabilidade por dano causado ao consumidor” (BRASIL, 1988).

Assim sendo, a União, o Distrito Federal e Estados devem sempre intervirem nas relações de consumo desde que esteja ocorrendo algum ato ilícito contra o consumidor.

Em 12 de março de 1991 o Código de Proteção de Defesa do Consumidor passou a vigorar em todo território Brasileiro e com isso o consumidor passa a ter mais proteção. Markus (2015, p. 40) ratifica que o CDC “tem sua essência acanhada nas diretrizes constitucionais, e são essas que regem a interpretação, a incontestabilidade, além de garantirem a capacidade de atingir o real objetivo do Código do Consumidor brasileiro: a proteção”.

Um marco histórico, não apenas nos sentidos de uma maior equiparação das forças atuantes no mercado de consumo, mas, em especial, rumo a uma maior consolidação dos propósitos constitucionais de construção de uma sociedade mais justa. Eis aí uma breve síntese da importância do Código de Defesa do Consumidor para o nosso país. Construir uma sociedade mais justa nos moldes delineados por nossa Constituição é um processo permanente, no qual cada um de nós exerce um papel fundamental. Afinal, não se pode falar em justiça se não a partir de uma coletiva – e o Código de Defesa do Consumidor assume essa perspectiva de forma plena, representando, por isso mesmo, um instrumento tão relevante para a construção de uma cidadania mais sólida e participativa (BRASIL, 1988).

Nesse sentido de equilibrar as relações jurídicas de consumo, o Código de Defesa do Consumidor Brasileiro traz regras de outros ramos do direito, como por exemplo, o Direito Civil, o Direito Comercial, o Direito Constitucional, dentre outros. Assim, “pelo que se pode observar, por conseguinte, trata-se de uma lei de cunho inter e multidisciplinar, além de ter o caráter de um verdadeiro microsistema jurídico” (FILOMENO; GRINOVER, 2004, p. 19).

Para Markus (2015, p. 42) “a sociedade adquiriu a consciência, a sabedoria de exercitar os direitos e deveres que foram atribuídos pelo Código do Consumidor, de forma que essas relações jurídicas passaram a ser muito mais equilibradas e harmoniosas”.

Diante do exposto, denota-se como resultado a constante evolução do movimento consumerista e a busca por proteção ao consumidor, que historicamente foi considerada a parte mais frágil nas relações de consumo. Com a criação de órgãos e legislações como o PROCON e o CDC, as relações consumeristas se tornaram mais igualitárias onde ninguém é supremo, sob risco de fornecedores que cometerem abuso de direitos terem que indenizar os consumidores que sofrerem danos.

Na próxima subseção será tratado sobre a venda casada, primeira prática abusiva prevista no art. 39, I, do CDC, “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), dessa maneira é capaz de causar danos econômicos e de saúde física e mental ao consumidor.

2.2 QUE CARACTERIZA A VENDA CASADA?

Neste tópico, buscou-se abordar sobre a chamada venda casada, primeira prática abusiva prevista no CDC, que se refere ao condicionamento por parte do fornecedor de outro produto/serviço ao consumidor sem o seu consentimento, prática abusiva que pode ser constituída em crimes com pena de detenção ou multa ao fornecedor e conseqüentemente causar danos ao consumidor em sua honra (BRASIL, 1990).

Tal tipificação tem com o objetivo oferecer ao leitor/consumidor conhecimento sobre a ilegalidade da prática, assim como de seus direitos quando essa prática for considerada danosa ao mesmo. Além disso, alertar o fornecedor que esta prática também pode ser considerada criminosa de acordo com a Lei nº 8.137/90.

A venda casada é uma das várias modalidades previstas nas relações de consumo e é definitivamente proibida pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor, que se configura pelo ato em que os fornecedores de produtos e serviços têm de determinar, na aquisição de um produto ou serviço, a compra de outro produto que não era pretendido ser adquirido.

Com o propósito de entender o que é a venda casada, deve-se primeiramente compreender o que é consumidor. Vide:

consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, afastando assim quaisquer exclusões quer de classe econômica, quer de função social. Bastará que numa relação jurídica com um fornecedor, (pessoa física ou jurídica), o consumidor se posicione como destinatário final do bem ou serviço. Este é o consumidor padrão (SILVA, 2002, p. 85).

Diariamente fornecedores praticam atos considerados abusivos contra consumidores que historicamente são considerados a parte mais fraca das relações de consumo e atribuem a culpa a competitividade do mercado, a economia e etc. Todavia, sempre geram prejuízos ao patrimônio do consumidor e são atos que podem ser passíveis de indenização por danos morais. Assunto que será abordado em seções seguintes nesta pesquisa.

Continuamente, a prática abusiva de venda casada é um abuso de direito do fornecedor de modo em que se amplifica a vulnerabilidade do consumidor. Nesse diapasão, “nem sempre as práticas abusivas são enganosas ou, em outras palavras, faltam com a verdade. Muitas vezes práticas são consideradas abusivas por serem economicamente opressoras, ou ainda por causarem danos ao consumidor” (FINKELSTEIN; NETO, 2010, p. 99).

O CDC veda o fornecedor de oferecer produtos ou serviços ministrados em práticas abusivas e expõe uma série de itens abusivos e concretos contra consumidores em rol exemplificativo.

Aprofundando um pouco mais, o CDC (BRASIL, 1990) no art. 39, em seu inciso I, prescreve brevemente sobre a prática de persuadir alguém a adquirir algum produto ou serviço de forma simultânea a outro produto ou serviço, bem como sem justa causa.

Este inciso trata da chamada “venda casada”, a qual ocorre quando o fornecedor condiciona ao consumidor a compra de outro produto ou serviço, sem a real intenção de adquirir da parte consumerista. Assim,

de início, veda-se que o fornecedor ou prestador submeta um produto ou serviço a outro produto ou serviço, visando um efeito caroneiro ou oportunista para venda de novos bens. Ato contínuo, afasta-se a limitação de fornecimento sem que haja justa causa para tanto, o que deve ser preenchido caso a caso. Ampliando-se o sentido da vedação, conclui-se que é venda casada a hipótese em que o fornecedor somente resolve um problema quanto a um produto ou serviço se um outro produto ou serviço for adquirido. (TARTUCE; AMORIM, 2015, p. 33).

Destaca-se que só existe a prática de venda casada, quando o fornecedor vender separadamente outro produto que ele condicionar a venda, caso contrário, por lógica, não constatará a prática do ato.

Quando o consumidor é obrigado a adquirir quantidade a mais de produtos que ele deseje, se enquadra no segundo tópico do inciso, na qual é vedada a limitação quantitativa de produtos ou serviços pelo fornecedor sem justa causa (BRASIL, 1990). Quando haver justa causa essa prática será permitida e não ocorrerá prática abusiva.

Rizzatto (2012, p. 187) nos deixa claro que “a operação casada pressupõe a existência de produtos e serviços que são usualmente vendidos separados. O lojista não é obrigado a vender apenas a calça do terno”.

É necessário compreender que a operação casada não é qualificada na ocasião em que produtos e serviços são usualmente vendidos de forma conjunta. Assim sendo, não pode o fornecedor de produtos determinar a aquisição de forma conjunta, mesmo que o valor universal seja mais em conta do que a aquisição individual.

A segunda parte do inciso proíbe a limitação quantitativa de produtos, porém o fornecedor tem que agir sem justa causa para tanto. Nessa linha,

o segredo da segunda parte do inciso I do artigo 39, do CDC, está na expressão “sem justa causa”. O caso concreto deveria ser avaliado, levando em conta o princípio da razoabilidade. O bom senso é imprescindível à interpretação deste evento. (BRANCO NETO, 2011, p. 25).

Dessa forma, entende-se que a lei autoriza a aplicação de limites quantitativos na ocasião que for explicada. Com isso, duas alternativas podem acontecer: a quantidade mínima e o limite máximo de aquisição. De acordo com Branco Neto (2011), é importante observar que existem casos em que o fornecedor poderá limitar o mínimo e o máximo de um produto, sempre observando a justa causa. Desse modo

justifica-se que o fornecedor imponha limite máximo em época de crise por exemplo, há falta de óleo no mercado. É aceitável que o supermercado venda uma ou duas latas por pessoa, já quanto ao limite mínimo ele diz que haverá situações mais delicadas, que exigem acurada interpretação do sentido de justa causa. Por exemplo: o lojista faz promoções do tipo “compre 3 e pague 2”. São válidas desde que o consumidor possa também adquirir uma peça apenas mesmo que tenha que pagar mais caro pelo produto único no cálculo da oferta composta (o que é natural, já que a promoção barateia o preço individual) (RIZZATTO, 2009, p. 542).

A prática de venda casada pode-se constituir crime de acordo com a Lei nº 8.137/90, em seu art. 5º, sob pena de detenção de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, ou multa e ainda, o ressarcimento dos valores gastos pela vítima (BRASIL, 1990). No Brasil a prática é proibida com o objetivo de dar ampla liberdade de escolha ao consumidor e também impedir o enriquecimento ilícito de fornecedores.

Cotidianamente, vivenciamos a prática de venda casada e muitas das vezes deixamos passar por não reconhecermos os nossos verdadeiros direitos ou até saber e deixar de lado por achar sem importância, como no caso onde o consumidor para adquirir o veículo está condicionado a adquirir o seguro fornecido pela própria empresa.

A par dessas considerações, fica visível que a prática é usada cotidianamente por fornecedores que agem de má-fé e tem por finalidade, expor ao leitor/consumidor os danos que podem ser causados.

Nessa toada, assevera-se que a prática abusiva de venda casada tem se tornado cada vez mais comum devido ao aumento da busca por produtos e serviços, portanto, tem-se como resultado, demonstrar aos consumidores como essa prática acontece e os danos econômicos e, principalmente, de saúde mental, que ela pode causar ao consumidor de boa-fé, bem como alertá-los que devem exigir suas garantias.

A próxima subseção tem como objetivo abordar sobre a venda casada e a Constituição Federal, trazendo como parâmetro que o Estado é o maior protetor do consumidor e busca levar igualdade entre fornecedor e consumidor nas relações de consumo, de modo que nenhum se sobreponha ao outro.

2.2.1 VENDA CASADA E A CONSTITUIÇÃO FEDERAL

Neste tópico fora levantado sobre a questão da prática de venda casada prevista na Constituição Federal, demonstrando segurança para o consumidor nas relações de consumo e garantindo o ressarcimento sobre os danos causados por fornecedores que agem de má-fé, de modo que a CF aparece como maior protetor do consumidor. Assim sendo, tem por objetivo apresentar ao leitor/consumidor as garantias e defesas nas relações de consumo com a Lei Suprema do Brasil as resguardando.

A venda casada é uma prática abusiva também prevista na Constituição da República Federativa do Brasil (CF), onde em seu artigo 5º, inciso XXXII, o Estado é o responsável pela proteção e defesa ao consumidor. Sendo assim, aquele que tentar ludibriar ou violar algum direito do consumidor terá que reparar o dano causado, tendo por base que o Estado é o principal defensor desses direitos (BRASIL, 1988).

Com o fortalecimento do artigo 170 da Constituição da República Federativa do Brasil, esta verbera que 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”, reparados alguns princípios fundamentais, no meio deles revela de modo preciso a defesa do consumidor (BRASIL, 1988).

Momento anterior à publicação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, o que de fato existia era um autêntico labirinto de regras desatados e sem nenhuma organização. Iniciada pela Emenda Constitucional de 1990, os benefícios do consumidor não eram claramente protegidos.

A decretação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor sobreveio da carência de resguardar o consumidor não meramente em face de sua relevância diante do fornecedor, como também pelos fracos mecanismos de defesa de que desfrutavam, delicadeza causal entre prejuízo e o produto e ainda, a culpa residente em imprudência, negligência e imperícia de quem está fornecendo um produto.

Sabe-se que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor foi criado nas conformidades da Constituição da República Federativa do Brasil tendo como principal defensor dos direitos o Estado. A venda casada é expressamente proibida pelo artigo 39, inciso I, quando se trata de práticas abusivas.

Consoante o CDC, em seu art. 39, inciso I “é vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: condicionar o fornecimento de produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos” (BRASIL, 1990).

O Estado encarregou-se da obrigação de resguardar o consumidor por intermédio da disposição jurídica brasileira, demonstrando que o consumidor deve ter ampla liberdade de escolha, considerando o que ele deseja consumir. Por conseguinte, o fornecedor não tem o direito de realizar alguma determinação ao consumidor.

A norma prevista no inciso I, proíbe alguns modos de operação casada e que é exposto neste inciso o condicionamento da aquisição de um produto ou serviço a outro produto ou serviço, e a limitação de quantidade diversas daquela que o consumidor pretendia adquirir.

A regra não se fundamenta em apenas penalidades de ilicitudes, mas também na propagação e consciencialização de Direitos e Deveres que devem ser cumpridos pelos consumidores.

Conforme o CDC, são Direitos básicos do consumidor a proteção à vida, à saúde e à segurança em face de produtos que forem considerados perigosos; divulgação sobre a forma de agir com os produtos; informação adequada; proteção contra a publicidade enganosa e abusiva (BRASIL, 1990).

Em que pese o ambiente constitucional da venda casada, pode-se citar um princípio bastante importante para o tema em questão, qual seja, o Princípio da Boa-fé objetiva, que será visto logo mais, em seções seguintes.

Para melhor compreensão sobre a definição de venda casada, podem-se citar um inquérito instaurado pelo Ministério público:

a campanha publicitária em questão atrai toda a atenção do consumidor para o relógio do Shrek, de sorte a ser natural que tenha ele despertado um desejo específico de aquisição do relógio, independentemente dos gulosos. Vale dizer: Mas só pode comprar o relógio se antes adquirir alguns pacotes do biscoito ou bolo. A compra de pelo menos 5 pacotes de biscoito é condição *sine qua non* para a subseqüente compra do relógio (MP/SP, 2008, *on-line*).

Partindo deste pressuposto, é possível definir de que a venda casada é um meio onde o consumidor é enganado pelo fornecedor. Destaca-se também o ambiente constitucional da venda casada e o seu Princípio da Boa fé.

Tais tópicos, tem como premissa apresentar que a constante evolução dos movimentos consumeristas trouxeram grandes benefícios aos consumidores, por conta de situações em que os consumidores sofrem abusos de fornecedores que agem de má-fé. A vista disso, a prática corriqueira de venda casada pode causar danos ao consumidor, inclusive, morais, portanto o Estado apresenta-se como o principal protetor do consumidor buscando igualdade entre todos nas relações de consumo, para que esse tipo de prática seja diminuída e caso aconteça, o consumidor seja indenizado.

Mediante a tudo que foi exposto, a próxima seção visa falar sobre os Princípios da Boa-fé Objetiva e da Hipossuficiência, os quais são princípios que propõem uma boa e leal relação de consumo para que fornecedores não abusem de consumidores nas negociações.

3. ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS DA BOA-FÉ E DA HIPOSSUFICIÊNCIA

A presente seção foi realizada através da pesquisa de dados bibliográficos e documentais, como em doutrinas (Manual do Direito do Consumidor, Curso de Direito do Consumidor), como também legislações pertinentes, tal qual Código de Defesa do Consumidor, Constituição Federal e Código Civil 2002.

Esse capítulo tem como objetivo discorrer a respeito dos Princípios da Boa-fé e Hipossuficiência no contexto das relações consumeristas, no qual tribunais usam para saber se houve danos morais na prática de venda casada, justificando-se este estudo na compreensão do vínculo entre fornecedor e consumidor que devem ser pautadas em respeito a esses princípios mencionados.

Nesse norte, o princípio da Boa-fé, que é tratado como Boa-fé Objetiva, não preocupa-se com as ações subjetivas e somente com os fatos reais que estão acontecendo, com o fim de que se descubra qual dos sujeitos fornecedor/consumidor está agindo com boa-fé, portanto diverge este do Direito Civil.

O princípio é considerado como supremo das relações de consumo e tem como fundamento a busca por lealdade, honestidade e uma harmonia entre as duas partes nas relações de consumo, de modo que nenhuma se sobreponha à outra. Entretanto, não é o que se vê na prática abusiva de venda casada, em que o fornecedor não tem o menor interesse em seguir tais condutas.

Quanto ao princípio da Hipossuficiência, por vezes o legislador usa a palavra vulnerabilidade, porém o CDC traz o termo Hipossuficiência e os tribunais usam em casos de venda casada onde caibam danos morais para o consumidor. Este princípio não pode ser analisado somente nas expressões “pobres”. Consumidor Hipossuficiente quer dizer sem conhecimento técnico sobre o produto ou serviço, isso acontece quando o fornecedor age de má-fé, contudo, neste caso existe a exceção, quando o juiz considerar verdadeira a acusação ou o consumidor for considerado hipossuficiente caberá a inversão do ônus da prova, tendo o fornecedor a chance de explicar a acusação proferida.

No próximo capítulo, busca-se falar mais profundamente sobre estes princípios, sobre a ilegalidades da venda casada e também como ela pode ser encaixada em dano moral, ainda elenca-se exemplos onde o consumidor sofreu dano moral devido a ocorrência da prática abusiva tratada no estudo.

3.1 PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

Como já disposto sobre o que se trata venda casada, o Princípio da Boa-fé Objetiva está pautada na Constituição Federal e também no Código de Proteção e Defesa do Consumidor e tem como fulcro propor a honestidade e a lealdade entre consumidor e fornecedor nas relações de consumo, de forma que ninguém sobreponha-se ao outro.

O Princípio da Boa-fé Objetiva, também conhecido como Princípio da Eticidade, deve aparecer em todas as regras do Código do Consumidor. Este princípio é tratado no art. 4, inciso III, no Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Observe-se:

harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores (BRASIL, 1990).

Assim também, conforme estabelece o Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 51, IV, “estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade” (BRASIL, 1990).

O princípio da boa-fé objetiva é o princípio norteador do Código de Defesa do Consumidor, refere-se a quem trata as relações de consumo (fornecedor/consumidor), com responsabilidades onde ainda que falte previsão legal, deverá sempre agir com lealdade, honestidade e respeito.

O artigo traz somente a expressão “boa-fé”, mas refere-se a “boa-fé objetiva”, por não se preocupar com as relações subjetivas, preocupando apenas com o acontecimento real dos fatos de modo que identifiquem qual dos sujeitos das relações de consumo está agindo ou não com boa-fé, portanto, a boa-fé objetiva no direito do consumidor diverge com o Direito Civil.

Markus (2015, p. 81) afirma que o “Princípio da Boa-fé Objetiva nas relações de consumo é fundamental e deve ser elencado a todas as regras do Código de Defesa do Consumidor”. Também diz que “o Código de Defesa do Consumidor trata da boa-fé objetiva, ou seja, verifica-se o *modus operandi*, a conduta, o agir do consumidor e do fornecedor em qualquer fase da relação jurídica de consumo”.

Esse princípio mostra que o fornecedor e o consumidor devem sempre agir respeitando as relações de consumo e nunca uma das duas partes enganar a outra. Assim,

a boa-fé objetiva, que é a que está presente no CDC, pode ser definida, grosso modo, como sendo uma regra de conduta, isto é o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se esclarecer o equilíbrio nas relação de consumo. Não o equilíbrio econômico, como pretendem alguns, mas o equilíbrio das posições contratuais, uma vez que, dentro do complexo de direitos e deveres das partes, em matéria de consumo, como regra, há um desequilíbrio de forças (NUNES, 2011, p. 181).

De acordo com o entendimento de Melo (2014), o Princípio da Boa-fé é o que impõe aos fornecedores uma conduta leal e honesta. Sendo assim, os fornecedores de produtos agiriam com mais lealdade para com os consumidores e dificultaria esta prática ilícita contra o consumidor de boa-fé. Não sendo respeitado este princípio básico e o fornecedor agir de forma abusiva contra o consumidor, a pessoa (consumidor) que está sendo abusada ou ludibriada poderá acionar o PROCON. Na falta do PROCON ele poderá acionar o Ministério Público que também é um representante do Estado tradando-se do direito do consumidor.

No mesmo sentido, o Código Civil em seu art. 187 prescreve “também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico e social, pela boa-fé ou pelos bons costumes” (BRASIL, 2002).

Porém, isto não é o que vemos na venda casada, pois a parte fornecedora não dá a menor importância para o que diz respeito a este princípio cometendo assim um ato ilícito, contrariando a relação jurídica de consumo. Então, basicamente, o que o Princípio da Boa-fé Objetiva quer passar é a transparência, lealdade e honestidade nas relações jurídicas de consumo.

A boa-fé objetiva, presente no CDC, pode ser definida, por alto, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. Portanto, o Princípio da Boa-fé Objetiva requer o uso da lealdade para que não haja má fé e a relação entre fornecedor e consumidor seja tranquila de modo que a prática abusiva de venda casada seja escassa.

Esclarecendo o que é o Princípio da Boa-fé, Nunes (2011) mostra que a boa-fé objetiva é o atual exemplo da conduta na sociedade capitalista contemporânea. Uma vez que, ela é um dos mais importantes princípios que rege o Direito do Consumidor, pode-se dizer que para o fornecedor e qualquer pessoa não cometer algum dano terá de fato que usar o princípio da boa-fé.

Diante do exposto, tem-se como resultado a importância em colocar o princípio da boa-fé objetiva em ação por ele ser um dos mais importantes do Direito do Consumidor, tendo em vista que as práticas abusivas como a venda casada diminuam e os consumidores possam ser mais respeitados, portanto, que as relações consumeristas sejam mais leais e igualitárias.

Logo, na próxima subseção será apresentado o Princípio da Hipossuficiência, o qual os tribunais usam como base nas decisões de modo que o consumidor quando lesado pela prática de venda casada, sofre danos por razões econômicas, técnicas ou financeiras, porém são analisados caso a caso.

3.2 PRINCÍPIO DA HIPOSSUFICIÊNCIA

Com base no Princípio da Boa-fé Objetiva já apresentado, discorre-se agora sobre o Princípio da Hipossuficiência, o qual por vezes a de se confundir com o Princípio da Vulnerabilidade, porém no CDC descreve-se apenas como Hipossuficiência. Assim esse princípio existe para a defesa do consumidor nas relações de consumo.

Nesse rumo, essa subseção tem por objetivo demonstrar ao leitor/consumidor que a Hipossuficiência não é apenas aquela direcionada à pobreza, mas também, ao consumidor que não tem condições de analisar o contrato celebrado; o consumidor que não tem conhecimento sobre o produto ou serviço que deseja adquirir; e quando o fornecedor se sentir soberano sobre o consumidor nas relações de consumo. Do mesmo modo, expor que esse princípio indica aos Tribunais se houve ou não danos morais em face do consumidor na prática de venda casada pelo fornecedor que age de má-fé.

Por certo, faz-se um breve relato no que diz respeito ao Princípio da Vulnerabilidade do cidadão enquanto consumidor. Para tanto, tem-se o artigo 4º inciso I do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, que presume o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

Nesse ritmo,

para se reconhecer a vulnerabilidade, pouco importa a situação política, social, econômica ou financeira da pessoa, bastando a condição de consumidor, enquadramento que depende da análise dos arts. 2º e 3º da Lei 8.078/1990, para daí decorrerem todos os benefícios legislativos, na melhor concepção do Código Consumerista. Deve-se deixar claro que entender que a situação da pessoa natural ou jurídica poderá influir na vulnerabilidade é confundir o princípio da vulnerabilidade com o da hipossuficiência. (TARTUCE, 2018, p. 36).

Compreendido o contexto do Princípio da vulnerabilidade em questão, segue portanto a proposta de demonstrar outro princípio que rege o Direito do Consumidor e as relações de consumo.

O consumidor por ser considerado sempre a parte mais frágil nas relações de consumo sofre desvantagens no trato com o fornecedor que age de má-fé, é neste ponto que tem-se o CDC para dar garantias e proteções ao consumidor de boa-fé. Toda essa proteção que é reservada ao consumidor é conferida em doutrinas como Vulnerabilidade, mas está previsto no CDC como Hipossuficiência.

De acordo com Tartuce e Amorim (2015, p. 43) “Todo consumidor é vulnerável, mas nem todo consumidor é Hipossuficiente”. Com isso, Hipossuficiência não pode ser analisada somente nos fatos, políticos, econômicos e financeiros.

Densa (2006, p. 22) classificou Hipossuficiência em 3 formas básicas: Jurídica, “o legislador reconhece que o consumidor médio não possui meios de analisar o contrato de consumo que está celebrando com o fornecedor, devendo, pois, ser protegido”; Técnica, “o consumidor não possui conhecimentos fáticos sobre o produto ou serviço que irá adquirir, seja a respeito de suas características, seja a respeito de sua utilização”; e Econômica, “o fornecedor, normalmente, encontra-se em posição de supremacia econômica, sendo o consumidor a parte mais fraca da relação de consumo”.

Contudo, a concepção de Hipossuficiência não pode ser analisada, grosso modo, somente nas expressões “pobre” ou “com menos recursos financeiros”. Posto isso, compete aos juízes de direito analisarem cada fato, com a finalidade de identificar a discrepância técnica, jurídica ou econômica.

Todavia, Hipossuficiência é um quadro que representa a inferioridade do consumidor, ou seja, ausência de conhecimento sobre ou para realizar alguma coisa. Em concordância com o CDC (BRASIL, 1990) em seu art. 6, inciso VIII, o consumidor que for prejudicado nas relações de consumo tem como facilitação dos direitos, a inversão do ônus da prova, quando o juiz declarar ser verdadeira a alegação do mesmo ou quando ele for considerado hipossuficiente.

Conforme citado acima, o Princípio da Hipossuficiência no CDC não se refere somente a quem não tem dinheiro, mas também a quem não tem conhecimento Jurídico ou Técnico sobre o produto/serviço.

Portanto, a finalidade do ônus da prova é conceder esse fator a quem tem mais conhecimentos técnicos, nesse caso o fornecedor, que conseqüentemente terá facilidade na sua produção. Por isso o CDC traz essa exceção ao consumidor considerado hipossuficiente.

Dessa maneira, Finkelstein e Neto (2010, p. 176) esclarece que no caso onde o consumidor não consegue esclarecer ou identificar que tipo de prova deve ser adequada por falta de conhecimento, acontece a inversão do ônus da prova, transferindo a responsabilidade a quem tem consciência.

Portanto, o conceito de hipossuficiência do consumidor constitui-se um “plus”, ou seja, um benefício a mais para o consumidor nas relações de consumo quando o juiz der a possibilidade de existir a inversão do ônus da prova (TARTUCE; AMORIM, 2015, p. 44).

Tais tópicos, tem como premissa apresentar ao leitor/consumidor que o respeito e a lealdade são fundamentais para uma boa relação consumerista, visto que o consumidor seja ele rico ou pobre com conhecimento técnico ou não, tem diversos direitos que o fortalecem a fim de evitar práticas abusivas, mas quando ainda acontecem, esses princípios da boa-fé e da Hipossuficiência pautados nas legislações consumeristas, norteiam os tribunais a decidirem que fornecedores são obrigados a indenizar os consumidores que sofrerem os danos morais.

Dessa forma, na próxima seção será apresentado a prática de venda casada e suas ilegalidades de modo que o consumidor pode sim sofrer danos morais ante essa prática abusiva quando o fornecedor se usar de má-fé.

4.VENDA CASADA: DANOS MORAIS

Em função de toda evolução do Direito do Consumidor, os próprios consumidores exercem maior autonomia nas relações de consumo com as normas constitucionais e consumeristas que garantem seus direitos e o protegem contra abusos de fornecedores que se usam de má-fé.

A venda casada prevista no CDC como uma prática abusiva é ilegal, portanto, o fornecedor que comete essa prática aproveitando-se da fragilidade ou hipossuficiência do consumidor comete o dano moral ao consumidor de boa-fé. O dano moral acontece quando o fornecedor comete uma lesão a dignidade e ao bom nome do consumidor de boa-fé.

Quando fornecedores abusarem de seus direitos e causarem o dano moral, sofrerão penalização por lei e deverão ser obrigados a indenizarem os consumidores pelo mesmo valor gasto ou até pelo dobro. Nesse caso, deve-se atentar para o PROCON que sempre alerta que a prática de venda casada é ilegal, e se for o caso, deve-se denunciar no Ministério Público.

Portanto, é sabido que a indenização por danos morais é uma punição a fornecedores que usam de má-fé e é considerada um sistema para minimizar a dor ou o dano sofrido pelo consumidor de boa-fé.

Assim, essa seção tem como objetivo apresentar as ilegalidades da prática abusiva de venda casada bem como o dano moral sofrido pelo consumidor, a fim de demonstrar ao consumidor que sofre o dano que a legislação garante esse direito, quando este agir de boa-fé e atestar hipossuficiência.

Destarte, essa seção, utiliza-se do método qualitativo e de dados bibliográficos e documentais, usando doutrinas (Direito Civil Brasileiro, Manual do Direito do Consumidor), artigos eletrônicos (Dano Moral: A necessidade de um novo conceito, condizente com o novo paradigma civil constitucional), como também legislações pertinentes, tal qual Código de Defesa do Consumidor, Código Civil e Constituição Federal de 1988.

4.1 A ILEGALIDADE DA VENDA CASADA

No presente tópico, busca-se falar sobre a importância do fornecedor se usar da boa-fé, pois o Direito do Consumidor traz grandes garantias aos consumidores nas

negociações. Logo, o fornecedor que realizar a prática ilegal de venda casada contra consumidores hipossuficientes, deverá repará-lo com indenização por danos morais.

Como dito, o Código de Defesa do Consumidor foi elaborado para que as relações de consumo sejam igualitárias e os consumidores pudessem ter seus direitos amparados por lei.

É preciso manter o equilíbrio entre as partes envolvidas em quaisquer negociações, para tanto como previsto nos autos Constitucionais, o Estado tem por função garantir a igualdade entre os interesses de ambas as partes, assim como consta no artigo 5º, inciso XXXII, da CF/88.

Logo, entendemos que a norma Constitucional dispõe sobre os direitos básicos do consumidor, de forma a proteger a boa-fé e a hipossuficiência do mesmo dentro das relações de consumo, ou seja, aquele que é prejudicado numa transação, tem resguardo seus direitos pautados em lei.

Devido a toda evolução das normas consumeristas, os próprios consumidores têm total liberdade no tocante a negociação e não devem se submeter ao poder dos fornecedores, para que esses no uso de má-fé cometam abusos de direito nas relações e conseqüentemente causar danos ao consumidor.

A prática de venda casada é explicitamente um abuso de direito, devido à imposição do fornecedor ao consumidor para adquirir outro produto ou serviço que não é de seu interesse para ter acesso ao que realmente deseja aproveitando-se de sua fragilidade.

Por esse motivo, o CC de 2002 nos art. 186 e 927 diz que o fornecedor que violar ou abusar de seus direitos e causar o dano moral a outrem comete ato ilícito, portanto o Código Civil relata que, por cometimento de ato ilícito o causador ficará obrigado a repará-lo (BRASIL, 2002). Nesse caso de abuso de direito, consta como um ato penalizado por lei, sendo a reparação dos danos uma das conseqüências ocasionadas em caso de infração. Tais penalidades são de responsabilidades do fornecedor.

De modo que o consumidor sinta mais seguro nas relações de consumo, o Superior Tribunal de Justiça já se posicionou favorável a reparação em danos morais e a proteção do mesmo contra práticas de venda casada por fornecedores que abusam do direito e não respeitam o Princípio da Boa-fé Objetiva.

São casos muito comuns de venda casada quando há relações contratuais entre duas partes. Neste caso, a lei ampara o mais frágil, uma vez que estes contratos são geralmente redigidos pela parte mais forte. Deve-se considerar também que em casos de Hipossuficiência Técnica, a pessoa que assina o contrato nem sempre entende totalmente as

normativas estabelecidas no mesmo, logo surge a necessidade deste ser preservado por seus direitos, caso necessite explicar suas reais razões para a assinatura de tal contrato.

Benjamin e Marques, reafirmam a liberdade de consumo dos indivíduos:

o fornecedor não pode obrigar o consumidor a adquirir quantidade maior que as suas necessidades. Assim, se o consumidor quer adquirir uma lata de óleo, não é lícito ao fornecedor condicionar a venda à aquisição de duas outras unidades. A solução também é aplicável aos brindes, promoções e bens com desconto. O consumidor sempre tem o direito de, em desejando, recusar a aquisição quantitativamente casada, desde que pague o preço normal do produto ou serviço, isto é, sem desconto (2009, p. 05).

A descrição presente do inciso I do artigo 39 do CDC, apresenta situações de venda casada. Pode acontecer de o consumidor no ato da compra se deparar com exigências de taxas extras ao produto comprado, condições para a realização da compra, como adquirir outro produto ou serviço além do que o consumidor deseja. Em outros casos o fornecedor somente aceita a compra, caso o consumidor gaste um determinado valor imposto por tal.

De acordo com o PROCON, existe vários tipos de ilegalidades de venda casada que são consideradas danosas, como por exemplo, quando ao adquirir um veículo, concessionárias ou revendedoras obrigam a contratação de seguro em empresas vinculadas a elas para a liberação do veículo.

Outro caso relatado pelo PROCON como prática ilegal de venda e, portanto, considerada danosa, diz respeito a fechar negócio com um salão de festa para realização de formaturas ou casamentos e este impor que a decoração e filmagem só pode ser feita pela empresa vinculada ao salão.

Todas essas imposições são ilegais e cabem consequências perante a lei, uma vez que o consumidor tem que ter sua liberdade de escolha preservada.

Nessa toada, assevera-se que a indenização por danos morais é uma punição a fornecedores que usam da ilegalidade da prática de venda casada, por isso tem-se como resultado alertar os consumidores que essa prática ainda é corriqueira, e os resta ter conhecimento sobre seus direitos garantidos pelas legislações e denunciar aos órgãos competentes seja o PROCON ou o Ministério Público o abuso.

No próximo tópico será abordado sobre o dano moral, uma forma de amenizar a dor sofrida pelo consumidor quando fornecedores se usam de má-fé e cometem a prática ilegal de venda casada.

4.2 DANOS MORAIS NA PRÁTICA DE VENDA CASADA

Nesse tópico, será falado sobre os danos morais referente à prática de venda casada. A indenização por danos morais consiste em uma forma de suavizar a dor sofrida pelo consumidor de forma que ocorra lesão em sua boa imagem. Tem-se como objetivo, demonstrar ao consumidor as garantias que o mesmo tem nas relações de consumo para que ele não se submeta à imposição de fornecedores que agem de má-fé.

O ideal a se fazer perante uma situação em que o consumidor perceba tal atitude irregular é denunciar aos órgãos responsáveis, seja o Ministério Público, seja o Procon. Enfim, alguma autoridade que tomará as providências cabíveis nesta circunstância. Neste aspecto, sabemos que ao sermos lesionados enquanto consumidores, obtemos o direito de danos morais.

O doutrinador Gonçalves (2009, p. 359), conceitua dano moral como:

dano moral é o que atinge o ofendido como pessoa, não lesando seu patrimônio. É lesão de bem que integra os direitos da personalidade, como a honra, a dignidade, intimidade, a imagem, o bom nome, etc., como se infere dos art. 1º, III, e 5º, V e X, da Constituição Federal, e que acarreta ao lesado dor, sofrimento, tristeza, vexame e humilhação.

Esta é uma das diversas definições e entendimentos acerca do dano moral. Devemos nos ater, que existe grandes dificuldades para doutrinadores de pacificarem um único conceito, restando à jurisprudência fazer a contextualização, uma vez que as situações em que os indivíduos exercem esses direitos, eles se modificam rapidamente, logo também há a ampliação do entendimento e aplicação de danos morais.

Ressalta-se que é indiscutível que o dano moral é passível de indenização, posto isso, Venosa (2004, p. 248) apresenta o dano moral como:

por isso, não há que se dizer que a indenização por dano moral é um preço que se paga pela dor sofrida. É claro que é isso e muito mais. Indeniza-se pela dor da morte de alguém querido, mas indeniza-se também quando a dignidade do ser humano é aviltada com incômodos anormais na vida em sociedade.

Portanto, a indenização seria uma forma de amenizar a dor sofrida pelo dano causado e principalmente reconquistar a honra e dignidade do consumidor prejudicado. O pagamento de indenização, é também considerado uma pena para os fornecedores que agem de má-fé com a prática de venda casada, com o intuito que a prática não mais aconteça.

Dito que a indenização por danos morais é considera punição aos fornecedores, Pereira (2010, p. 11) verbera:

nas relações de consumo o custo benefício alcançado pelo fornecedor ao cometer a mesma ofensa repetidas vezes o estimula a fazê-lo. A indenização, nesses casos, pode chegar a valores que excedem o necessário para reparar as perdas do ofendido, vez que uma indenização irrisória não representaria punição.

A doutrina majoritária entende que quem sofre o dano moral, nesse caso os consumidores, não tem a obrigação de provar tal conduta, entendendo que a obrigação de indenizar é consequência do dano imposto, portanto, sendo dispensável a prova. A jurisprudência também entende que não há que se falar em prova de dano moral, mas sim de provar o fato que gerou o dano. Sendo assim, provado o fato consequentemente o dano está provado.

O consumidor de boa-fé que for lesado com a prática de venda casada será indenizado por danos morais da mesma maneira que foi prejudicado. Segundo julgados do STJ, por exemplo, em 2009, o tribunal decidiu que um posto de gasolina não pode vincular o pagamento a prazo a aquisição de um refrigerante, embora o fornecedor decida se o pagamento será a vista ou a prazo. Essa prática é proibida pelo CDC, considerando-se a venda casada, podendo também o consumidor ser indenizado por danos morais.

Contudo, os consumidores que sofrerem essa prática abusiva, podem estar consequentemente sofrendo danos morais. Recentemente a 4º Câmara de Direito Privado do TJ/MT, condenou uma empresa que administrava um cinema a indenizar uma consumidora no valor de R\$ 10 mil reais por danos morais. Essa empresa expulsou a consumidora da sessão por ter adquirido pipoca e refrigerantes fora do estabelecimento, analisando o caso, o relator percebeu que a prática abusiva da empresa como venda casada e que houve constrangimento na forma como a consumidora foi abordada.

Em vários casos podemos requerer a devolução do que foi gasto, até mesmo em dobro. As atitudes abusivas dos fornecedores fora da legalidade, usando de má fé para com o consumidor em prol de lucros, proporciona a quem consome o direito de mover uma ação para que seja reparado os danos causados, sejam eles financeiros ou não. Vale ressaltar que diversas vítimas dessa prática não são instruídas para reconhecer o abuso de comércio, logo, a falta de informação a esse respeito permite que inúmeras pessoas sejam exploradas.

Para tanto, as sentenças em relação aos abusos ocorridos da venda casada são improdutivas, tamanha insignificância faz com que as práticas continuem acontecendo sem maiores punições.

Portanto, denota-se que é indiscutível a aplicação de danos morais ao consumidor, pois a prática ilegal de venda casada provocada em face do consumidor hipossuficiente,

acarreta danos à sua imagem, honra e dignidade. Contudo, a indenização por danos morais constitui-se uma maneira de aliviar esse insulto realizado para o consumidor de boa-fé.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desse estudo, foi possível compreender por meio de livros e legislações que protegem o consumidor a respeito da prática abusiva de venda casada, realizado por fornecedores que aproveitam da fragilidade do consumidor. Dessa forma, eliminou-se dúvidas e esclareceu-se a pergunta que foi proposta no presente estudo: cabe dano moral ao consumidor de boa-fé nos casos de venda casada?

Foi possível chegar-se a conclusão que a prática abusiva de venda casada é ilegal, visto que o fornecedor de produtos efetua esse ato não se importando com aquele que vai adquirir seus produtos, portanto, causando danos ao consumidor, de tal modo que deve o fornecedor pagar indenização por danos morais.

Diante da prática corriqueira de venda casada, a Constituição Federal de 1988 se apresenta como a maior protetora do consumidor garantindo vasta liberdade nas negociações, bem como que o consumidor seja indenizado por danos morais, logo, fornecedores se veem restritos em fazer alguma imposição.

Conclui-se também que a preservação e o respeito ao princípio da boa-fé objetiva são essenciais para uma boa relação entre fornecedores e consumidores, visto que, nenhum engane o outro. Quando o fornecedor realiza a venda casada, ele não respeita o princípio da boa-fé objetiva, portanto, exerce uma conduta ilícita, ou seja, um abuso de direito, que é passível de danos morais em face do consumidor.

Verificou-se ainda, que o consumidor quando não obtiver conhecimento ou não possuir meios de analisar sua relação com o fornecedor é considerado hipossuficiente, mas tal conceito não se restringe somente àquele em que o indivíduo não possui condições financeiras, mas à falta de conhecimento técnico. Nesse contexto, o consumidor possuirá o direito a inversão do ônus da prova, devido legislador entender que nesse caso o consumidor não tem conhecimentos necessários para isso.

Em suma, a prática ilegal de venda casada provocada por fornecedores de má-fé resulta em danos morais aos consumidores hipossuficientes e é uma maneira para reduzir a dor sofrida pelo consumidor pelas ilegalidades que fornecedores cometem nas relações de consumo. Portanto, consumidores que se veem em situação de venda casada devem buscar as autoridades responsáveis para obterem seus direitos, seja o Ministério Público ou o PROCON.

Em linhas derradeiras, sobreleva-se que a indenização por danos morais é vista como uma pena para o fornecedor que realiza a venda casada, podendo o mesmo ser obrigado a ressarcir o consumidor com o valor gasto ou até o dobro do valor.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN. Antônio Herman; MARQUES, Cláudia Lima. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos tribunais, 2009.

BRANCO NETO, José Fabiano Castelo. **O direito do consumidor e a ilicitude nas vendas casadas de internet banda larga segundo provedor de acesso à internet**. 2011. Disponível em: <<https://www.webartigos.com/artigos/o-direito-do-consumidor-e-a-ilicitude-nas-vendas-casadas-de-internet-banda-larga-e-segundo-provedor-de-acesso-a-internet/56118>>. Acesso em: 20/01/2020.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. 20. ed. Brasília: Centro de Documentação e Informação Coordenação de Publicações, 2003.

_____. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Código Civil**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

_____. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Planalto. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm>. Acesso em: 15/01/2020.

_____. Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990. **Leis dos Crimes Contra a Ordem Tributária**. Planalto. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18137.htm>. Acesso em: 04/02/2020.

DENSA, Roberta. **Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006

FILOMENO, José Geraldo Brito; GRINOVER, Ada Pellegrini. **Código brasileiro de defesa do consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; NETO, Fernando Sacco. **Manual de Direito do Consumidor**. 1. ed. São Paulo: Elsevier, 2010.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro**. 3. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARKUS, Samuel Markus. **Manual de Direito do consumidor**. São Paulo: CI Edijur, 2015.

MELO. **Definição de venda casada segundo a jurisprudência do superior tribunal de justiça: direito do consumo**. Curitiba: Revista luso Brasileiro, 2014.

MIGALHAS. Cinema deve indenizar consumidora por venda casada e constrangimento. **Migalhas Quentes**. Disponível em: < <https://www.migalhas.com.br/quentes/293712/cinema-deve-indenizar-consumidora-por-venda-casada-e-constrangimento>>. Acesso em: 20/07/20.

MIGALHAS. Decisões do STJ abordam a prática de venda casada. Migalhas Quentes. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/quentes/170730/decisoes-do-stj-abordam-a-pratica-da-venda-casada>>. Acesso em: 20/07/20.

MPSP. STJ confirma condenação da Bauducco por “venda casada” em promoção para crianças. **Ministério Público do Estado de São Paulo**. Disponível em: <http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/noticias/noticia?id_noticia=14983236&id_grupo=118>. Acesso em: 06/02/2020.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de Direito do consumidor**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

PROCON. Venda Casada. **Proteção e Defesa do consumidor SC**. Disponível em: <<http://www.procon.sc.gov.br/index.php/orientacoes-ao-consumidor/290-venda-casada>>. Acesso em: 27/07/2020.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Código de Defesa do Consumidor anotado**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2002.

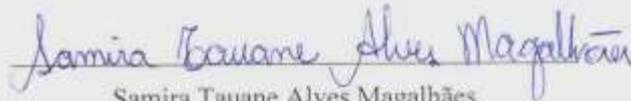
TARTUCE, Flávio; AMORIM, Daniel. **Manual de Direito do Consumidor**. 7. ed. São Paulo: Método, 2015.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: responsabilidade civil**. São Paulo: Atlas, 2004.

DECLARAÇÃO DE TRADUÇÃO DE RESUMO PARA LÍNGUA INGLESA

Eu, SAMIRA TAUANE ALVES MAGALHÃES, graduada em Letras Português/Inglês pela Universidade Estadual de Goiás, portadora do diploma de nº 70602 devidamente registrado no Ministério da Educação, declaro para a Faculdade Evangélica de Rubiataba que revisei o trabalho de conclusão de curso de Graduação em Direito, intitulado "A INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO - PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS (VENDA CASADA)", do acadêmico MAURÍLLIO MARQUES SILVA, consistente na tradução do resumo deste trabalho para a língua inglesa.

Morro Agudo de Goiás/GO, 25 de agosto de 2020.



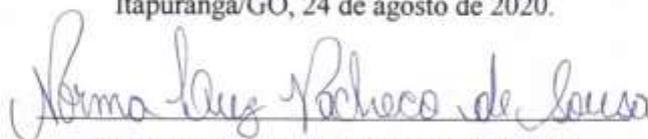
Samira Tauane Alves Magalhães

Graduada em Letras Língua Portuguesa e
Inglês pela UEG. Portadora do registro
Profissional nº. 70602 UEG/GO

**DECLARAÇÃO DE REVISÃO ORTOGRÁFICA, GRAMATICAL E DE
NORMALIZAÇÃO TÉCNICA**

Eu, NORMA LUZ PACHECO DE SOUSA, graduada em Letras Português/Inglês pela Universidade Estadual de Goiás, portadora do diploma de nº 79.688, devidamente registrado no Ministério da Educação, declaro para a Faculdade Evangélica de Rubiataba que revisei o trabalho de conclusão de curso de Graduação em Direito, intitulado “A INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO – PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS (VENDA CASADA)”, do acadêmico MAURÍLLIO MARQUES SILVA, consistente na correção ortográfica e gramatical, bem como na adequação das normas técnicas estipuladas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Itapuranga/GO, 24 de agosto de 2020.



Professora Norma Luz Pacheco de Sousa

Graduada em Letras Língua Portuguesa e

Inglês pela UEG. Portadora do registro

Profissional nº. 79.688 UEG/GO