



**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIFAMETRO**  
**CURSO DE DIREITO**

**MARIA AUXILIADORA DE FIGUEREDO**

**AS PRÁTICAS ABUSIVAS À LUZ DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR: UMA  
ANÁLISE PARA ALÉM DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

**FORTALEZA**

**2022**

MARIA AUXILIADORA DE FIGUEREDO

AS PRÁTICAS ABUSIVAS À LUZ DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR: UMA  
ANÁLISE PARA ALÉM DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Artigo TCC apresentado ao curso de Graduação em Direito do Centro Universitário - Unifametro, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Direito, sob a orientação do Prof. Me. Leonardo Jorge Sales Vieira.

FORTALEZA

2022

MARIA AUXILIADORA DE FIGUEREDO

AS PRÁTICAS ABUSIVAS À LUZ DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR: UMA  
ANÁLISE PARA ALÉM DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

Artigo TCC apresentado no dia 15 de junho de 2022 ao curso de Graduação em Direito do Centro Universitário Fametro – Unifametro, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Direito, tendo sido aprovado pela banca examinadora composta pelos professores abaixo:

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>o</sup>. Me. Leonardo Jorge Sales Vieira  
Orientador – Centro Universitário - Unifametro

---

Prof<sup>a</sup>. Me. Carlos Francisco Lopes Melo  
Membro - Centro Universitário - Unifametro

---

Prof<sup>o</sup>. Me. Thiago Barreto Portela  
Membro - Centro Universitário - Unifametro

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiro de tudo, agradeço a Deus por ter me dado muita força, coragem, disposição e ânimo para conseguir enfrentar essa jornada da vida. Ao meu filho: CLEANO COSTA por estar sempre ao meu lado, me incentivando e me apoiando em todos os momentos da minha vida. Ao meu verdadeiro amigo FRANCISCO ALVES DE OLIVEIRA que também sempre está comigo me auxiliando, ao longo desses anos, tanto na minha vida pessoal, quanto na acadêmica. Sem mais delongas, agradeço a minha família, as palavras não podem expressar o quanto sou grata a todos vocês. Todavia, em especial, gostaria de expressar minha sincera gratidão ao meu orientador: LEONARDO VIEIRA por todo apoio, visto que, esse trabalho não seria possível sem a sua dedicação e conhecimento. Eu não poderia imaginar ter um orientador melhor para essa pesquisa.

# AS PRÁTICAS ABUSIVAS À LUZ DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE PARA ALÉM DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

Maria Auxiliadora de Figueiredo<sup>1</sup>  
Leonardo Jorge Sales Vieira<sup>2</sup>

## RESUMO

A presente pesquisa apresenta um discurso acerca das principais práticas abusivas que se tornaram hábitos no comércio, essa temática ainda ocorre com frequência e se intensificou na pandemia (covid-19) com o superfaturamento dos EPIs. Diante disso, a finalidade do presente artigo é apontar os mecanismos de defesa que o consumidor pode buscar para sua proteção. Para tanto, o presente artigo busca explicar os tipos de vulnerabilidades existentes na relação de consumo para depois discutir as principais práticas abusivas de comércio e o desrespeito ao consumidor nos contratos comerciais. Por fim, adentrou no que diz algumas importantes decisões do Superior Tribunal de Justiça sobre tais práticas. Além disso, a metodologia aplicada nesta pesquisa teve procedimento bibliográfico, finalidade básica estratégica, objetivos descritivos, abordagem qualitativa e a utilização do método hipotético-dedutivo de pesquisa na elaboração das premissas do presente artigo. Diante de tudo, pode-se considerar que, as ouvidorias das empresas que praticam esse tipo de afronta ao Código de Defesa do Consumidor, não estão dispostas e comprometidas a resolver as reclamações consumeristas dos clientes e o balcão do PROCON tem uma alta demanda.

**Palavras chave:** Direito do Consumidor. Práticas Abusivas. Código de Defesa do Consumidor

---

<sup>1</sup> Graduanda no Curso de Direito do Centro Universitário UNIFAMETRO, Formar para transformar: < auxiliadora.fortal@hotmail.com >

<sup>2</sup> Professor Mestre do Curso de Direito do Centro Universitário UNIFAMETRO, Formar para transformar.

## 1 INTRODUÇÃO

O presente artigo traz em sua pesquisa uma análise de algumas das principais práticas abusivas como hábitos de comércio e pretende aprofundar uma análise para além do Código de Defesa do Consumidor. A escolha dessa temática se dá pelo grande número de reclamações de consumidores por práticas abusivas no PROCON. Na maioria das ações consumeristas, são esses os motivos que levam um consumidor a ajuizar o feito em face de um fornecedor de serviço que usa de tais práticas no seu ofício com a má-fé de ludibriar seu cliente ou repassar produto com vício ou defeito.

De fato, o consumidor é o lado mais vulnerável da relação de consumo e precisa de mais atenção jurídica do que já tem, haja vista que existem diversas práticas comerciais abusivas que diariamente são colocadas em contenda aos direitos fundamentais e contratuais da relação.

A finalidade do presente artigo visa apontar alguns dos mecanismos de defesa que o consumidor tem ao seu dispor para garantir sua proteção. Para tanto, o presente artigo busca explicar certos tipos de vulnerabilidades existentes na relação de consumo para depois discutir as práticas abusivas de comércio e o desrespeito ao consumidor nos contratos comerciais e por fim, adentrar no que diz algumas importantes decisões do STJ sobre essas práticas.

Além disso, a metodologia aplicada a essa pesquisa tem procedimento bibliográfico, visto que, baseia-se em artigos científicos para exposição dos argumentos apresentados, a finalidade é básica estratégica, uma vez que, a pesquisa não tem ambição de buscar resolução para a problemática, pretendendo apenas aprofundamento teórico sobre a temática para servir de base para futuros artigos na mesma temática, os objetivos são descritivos, haja vista que, a pesquisa foge do subjetivismo teórico, a abordagem é qualitativa, pois não existe no presente artigo nenhum trabalho de campo e por fim, vale-se da utilização do método hipotético-dedutivo de pesquisa na elaboração das premissas apresentadas. Diante disso, a pesquisa pretende alcançar a hipótese abaixo como resultado.

O consumidor tem direito de buscar ajuizar ações em face dos respectivos prestadores de serviço que praticam esses abusos. O acesso à justiça para esse tipo de feito deve conter uma demanda célere e desburocratizada, haja vista que as cláusulas abusivas de contratos de adesão também podem ser títulos executivos

extrajudiciais que estão preliminarmente viciados, e essas cláusulas ilegais tendem a ser nulas.

Voltando as vulnerabilidades, todas podem ser vistas na doutrina jurídica e em casos práticos, universalmente são reconhecidas, uma vez que tais práticas são existentes em quase todos os países e a natureza jurídica delas são inquestionáveis e constitucionais, além de estarem nas entrelinhas do Código de Defesa do Consumidor.

Diante de tudo, no capítulo 2, abordam-se algumas das principais vulnerabilidades nas relações de consumo, baseando-se nas disposições legais e doutrinárias acerca do Direito do Consumidor, o capítulo 3 apresenta algumas das práticas abusivas e mostra como acontece o desrespeito ao consumidor nos contratos de comércio, o capítulo 3, destaca alguns dos principais julgados e súmulas do STJ sobre o Direito do Consumidor ante as práticas abusivas. Por fim, constatou-se que a vulnerabilidade do consumidor é posta em risco com essas práticas que são cometidas habitualmente no comércio.

## **2 AS VULNERABILIDADES NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E O DIREITO DO CONSUMIDOR**

Nas práticas abusivas de comércio, nota-se uma forte relação com o abuso dos direitos contratuais em face do aproveitamento da vulnerabilidade do consumidor é exatamente isso que estreita a intertextualidade entre Direito Civil e Direito do Consumidor. Desse modo, a presente pesquisa, busca algumas noções gerais acerca da temática para em seguida ingressar no aprofundamento teórico acerca dessas práticas.

Reiterando a problemática do presente artigo, conforme Brasília (2019), o consumidor é o lado mais vulnerável da relação de consumo e precisa de uma instrução jurídica maior do que já tem, haja vista, que existem diversas práticas comerciais abusivas que diariamente são colocadas em contenda aos direitos fundamentais e contratuais da relação.

Brasília (2019, pág. 13), mostra que: “Entende-se que há uma vasta conceituação de consumidor, mas todos se rendem ao fato de que ele é a parte mais vulnerável da relação de consumo, devendo assim ter uma proteção maior, com um leque de possibilidades mais abrangentes.” Diante dessa citação, entende-se que a vulnerabilidade do consumidor deve ser protelada pelo Direito do Consumidor nas

práticas comerciais. Paralelo a isso, é possível classificar as vulnerabilidades de acordo com o entendimento da Doutrina Jurídica, sendo elas, técnica, financeira, fática e informacional.

Segundo Brasílio (2019) a importância do acesso à justiça deve ser destacada no Direito do Consumidor, uma vez que a acessibilidade jurídica aos meios administrativos é precária, devido à alta demanda no PROCON. Nesse contexto, é preciso ver o conceito de vulnerabilidade. Para tanto, Brasílio (2019, p. 15), entende que:

O conceito de vulnerabilidade já foi estabelecido, de modo que se observa o quanto ele é importante para a população consumidora, na medida em que aumenta a sua proteção, pois é necessário diante das práticas abusivas que ocorrem nessas relações consumeristas.

No mesmo cerne, sabe-se que de acordo com o Direito do Consumidor, em seu Código de Defesa, no dispositivo legal, art. 4º. I está previsto o princípio da vulnerabilidade que tem presunção absoluta no ordenamento jurídico brasileiro, essa presunção, tem expressão no Direito, denominada de *Juris et de Jure*, do latim, que significa “do direito e por direito” haja vista que, o CDC é uma norma essencialmente protecionista em relação a ao consumidor, uma vez que, de acordo com o princípio supracitado (art. 4º, I do CDC) a Política Nacional deve atender ao princípio do: “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo” (BRASIL, 1990, Online).

Segundo uma tese de doutorado, orientada por Flávio Tartuce, José Antonio de Faria Martos (2013, Online) afirma que “com o surgimento da sociedade de consumo, torna-se imperioso reconhecer a vulnerabilidade do consumidor na relação jurídica de consumo.” O mesmo autor relata que existem três tipos de vulnerabilidade no Direito do Consumidor, são elas, técnica, informacional e jurídica.

A vulnerabilidade técnica ou informacional, como o próprio nome já reluz, ocorre quando a parte consumidora tem pouco entendimento técnico, ou poucas informações acerca do produto ou serviço prestado pelo fornecedor em uma relação de consumo, facilitando-a de ser ludibriada nos contratos de comércio.

A vulnerabilidade financeira ou econômica ocorre quando a parte consumidora é inferior financeiramente que a parte fornecedora em uma relação de consumo, essa

tese não pode ser alegada quando ambas as partes estão equiparadas financeiramente.

A vulnerabilidade fática ou jurídica ocorre quando a pessoa consumidora ou fornecedora não goza de estrutura ou profissionais especializados para maior flexibilização de provas e argumentos contábeis ou jurídicos em um litígio consumerista, essa tese não pode ser alegada quando ambas as partes estão equiparadas juridicamente.

### **3 AS PRÁTICAS ABUSIVAS E O DESRESPEITO AO CONSUMIDOR NOS CONTRATOS DE COMÉRCIO**

As práticas abusivas de comércio existem pela ganancia humana em ludibriar o próximo para obter vantagens, esse comportamento é a razão da existência do próprio Direito que funciona como ordenamento humano ético para com as regras de bom convívio social. Portanto, não é errado presumir que a vulnerabilidade de alguns pode dar início à esperteza de outrem. O CDC prevê em seu art. 39 um rol de práticas abusivas, como pode ser observado abaixo:

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

- I - condicionar 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 - prevalecer-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 (Conmetro);
- 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, *online*)

Além das práticas supracitadas, é interessante a separação dos principais tipos de práticas abusivas de comércio. Sabe-se que a vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo é princípio de Direito Civil. Em virtude disso, o CDC tutela os direitos do consumidor de maneira paralela as regras de direito civil para garantir aos contratos uma seriedade maior.

### **3.1 Os Tipos de Práticas Abusivas de Comércio**

São considerados, tipos de práticas abusivas de comércio: a venda casada, o envio de item não solicitado pelo consumidor, às cobranças vexatórias, abusivas e indevidas, o superfaturamento de produto em alta no mercado e os preços diferentes no momento do pagamento.

Ademais, existem outras, mas não serão abordadas neste subtópico. Sendo assim, conforme os estudos de Rodrigues (2013) existem mais de trinta práticas abusivas, algumas reconhecidas por tribunais, outras pelo próprio Código de Defesa do Consumidor. Contudo, o presente artigo se presta a versar tão somente acerca das expressamente previstas no CDC, supracitadas no parágrafo anterior.

#### **3.1.1 A Venda Casada**

A venda casada ocorre quando um produto ou serviço não solicitado é cobrado junto ao solicitado, mesmo sem nenhum vínculo acessório com o produto ou serviço principal. Diante disso, o consumidor deve ter cuidado ao contratar pacotes de serviços, haja vista, que seus fornecedores têm o costume de não detalha-los ao cliente em propagandas ou na hora do negócio, omitindo informações no contrato. Entretanto, são obrigados a encaminhar a nota fiscal para o consumidor, é nesse

momento que o cliente deve estar atento, visto que, não existe a obrigatoriedade do fornecedor em encaminhar a referida nota se o serviço fosse realmente gratuito.

A venda casada, de fato, é uma das mais habituais práticas abusivas do comércio, os fornecedores de produtos e serviços utilizam de pacotes, bônus ou falsos acessórios para manipular as vendas e obter lucro em detrimento de desvantagens ao consumidor que por sua vez, é ludibriado, por uma compra dúplice mascarada de uma única aquisição.

Isso pode ser visto por Santiago (2020) que enfatiza que esse fenômeno é recorrente em contratos referente ao serviço de internet banda larga, assim como, em serviços de *streamings* de música ou de filmes e séries. O autor destaca que esse costume é de praxe para obtenção de lucros nesse setor.

Além disso, essa é uma das principais e mais graves práticas abusivas que existem, haja vista que ela coloca em pauta o Direito Contratual e o *Princípio do Pacta Sunt Servanda* a seu favor. Por isso, de acordo com um estudo realizado em Porto Alegre – RS, a venda casada merece dúplice repressão. (CRAVO, 2013).

Em relação ao assunto, o art. 39, VI do CDC, prevê como prática abusiva do fornecedor: “executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;” (BRASIL, 1990, Online).

Sobre essa prática abusiva, Pereira (2018, p. 23) entende que os cinemas não podem proibir o consumidor de seus serviços de entrar com alimentos que não foram comprados na lanchonete do cinema, como pode ser visto na ementa abaixo:

A **venda casada** é vedada em todas as transações, inclusive quando se tratar de estabelecimento que preste serviço, a exemplo de um cinema. O STJ já decidiu sobre o tema, nesse sentido:

[...]

“ADMINISTRATIVO — APLICAÇÃO DE SANÇÃO PECUNIÁRIA POR OFENSA AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR — OPERAÇÃO DENOMINADA ‘VENDA CASADA’ EM CINEMAS — VEDAÇÃO DE CONSUMO DE ALIMENTOS ADQUIRIDOS FORA DAS CASAS DE EXIBIÇÃO DE FILMES — VIOLAÇÃO EVIDENTE DA CONSUMERISTA — DESPROVIMENTO DO APELO”. RECURSO ESPECIAL Nº 744.602 — RJ (2005/0067467-0) Pena: detenção de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, ou multa”

[...]

A orientação para os consumidores que se deparam com a prática da venda casada é, naturalmente, denunciar aos órgãos de defesa do consumidor como Procon, Ministério Público, Delegacia do Consumidor, que adotarão as medidas pertinentes de punição para com o fornecedor ou empresa que estiver descumprindo os requisitos da lei.

A prática acima consiste na proibição dos clientes que entram para assistir um filme e são proibidos de entrar com alimentos comprados fora da lanchonete do cinema, ficando obrigados a consumir a comida do estabelecimento que tem um alto valor de custo, que segundo o mesmo autor é superfaturado.

### 3.1.2 Envio de produto não solicitado e venda de garantia

Parecido com a venda casada, essa prática geralmente é comum em bancos e instituições financeiras que enviam cartões de crédito ou débito, mesmo sem o suposto consumidor solicitar, além de provedores do serviço de internet que fornecem pacotes com serviços “gratuitos” não solicitados pelo consumidor no plano.

Igualmente, a referida prática é algo muito comum em consertos, assistências técnicas e vendas de equipamentos ou aparelhos tecnológicos ou eletrônicos, além de também ser praticado em serviços provedores de internet, muitas vezes, o consumidor sequer percebe que está sendo enganado (RODRIGUES, 2013).

Dessa forma, assim como na venda casada, essa conduta é anticontratual, ou seja, as cláusulas são leoninas<sup>3</sup> e podem ser anuladas por estar em desacordo com o que é previsto no CDC, visto que, conforme o que prevê o art. 39, III: “enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço” (BRASIL, 1990, Online).

Outrossim, são direitos do consumidor, de acordo com seu Código de Defesa, a garantia, a informação de maneira correta, o ônus da prova em face do fornecedor, assim como sua responsabilidade civil diante de dano causado, por vício ou defeito, do produto ou do serviço, oferecido ou prestado ao consumidor (BRASIL, 1990). No tocante a garantia legal prevista no *caput* do art. 26 do CDC, a troca ou reembolso de serviço ou produto, que esteja aparentemente ou de fácil constatação com vício tem prazo de trinta dias para os não duráveis, por exemplo, comidas em geral e noventa para os duráveis, por exemplo, calçados, roupas, tecnológicos, colecionáveis e etc. (BRASIL, 1990). No entanto, alguns comerciantes não somente oferecem, mas também vendem essa garantia que como foi supracitado, é legal, além de já ser um direito do consumidor e dever do fornecedor.

Segundo portal de notícias do Governo Federal, o Ministério da Justiça multa redes de varejistas por venda abusiva de seguros, o valor que deverá ser pago em

---

<sup>3</sup> São também chamadas de cláusulas abusivas de contrato, elas fornecem direitos apenas ao contratante ou então, retira, edita ou limita direito do contratado.

desfavor desses varejistas é de R\$ 28.000,00 (vinte e oito mil reais), dentre as práticas abusivas fornecedores do varejo, estão o fornecimento de produtos não solicitados pelo consumidor, a venda casada e a negociação de seguros de maneira ilegal. Quanto a referida negociação, ocorre quando o fornecedor se aproveita da vulnerabilidade do consumidor e oferece três meses de garantia referente ao produto solicitado na compra de um outro não solicitado. Reitera-se que a respectiva prática é um dever do fornecedor previsto no CDC (BRASIL, 1990), além de também ser previsto, de acordo com art. 39, IV que: “prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços” (BRASIL, 1990, Online).

#### 3.1.4 Cobranças vexatórias e ou abusivas de dívidas

Geralmente praticada por bancos e instituições financeiras, a cobrança vexatória ou abusiva de dívidas ocorre quando acontece, excesso de ligações, ou de *e-mails* enviados, além da difamação do consumidor na comunidade, nesse último caso, isso ocorre em pequenas mercearias que aceitam a venda fiado.

Paralelo a isso, conforme o *caput* do art. 71 do CDC, essa prática possui como pena a detenção de três meses a um ano e multa, e descreve essa prática como (BRASIL, 1990, Online):

Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer [...]

O dispositivo legal acima mostra uma situação muito comum nas práticas de comércio, o fornecedor de pequenos estabelecimentos, muitas vezes, cobram as dívidas de maneira vexatória, deixando o consumidor muitas vezes constrangido. Tal procedimento, além de ser prática abusiva é cabível de ação de indenização por danos morais, visto que, a opção de crédito, uma vez oferecida, somente pode ser cobrada valendo-se dos meios legais para isso, não podendo o fornecedor de maneira coercitivamente moral, expor para terceiros de forma vexatória e ou constrangedora a dívida que o cliente tem no estabelecimento.

No ano de 2019, uma empresa de telefonia foi condenada a indenizar um consumidor por cobrança indevida de linhas telefônicas que ele não havia contratado. Na decisão, o autor da ação relatou que pagou a empresa a quantia de R\$821,33

(oitocentos e vinte um reais e trinta e três centavos) sem ter utilizado o serviço. Na decisão o juiz afirmou que “verdadeiro vício na prestação de serviços, justificando a imediata desvinculação do nome da autora com as linhas telefônicas contratadas de forma fraudulenta”, e ressaltou que essa conduta demonstra descuido da empresa em averiguar a veracidade dos dados e que facilita a ação de fraudadores (BRASIL, 2019).

Desse modo, nota-se que o descuido de uma empresa pode causar uma situação vexatória ao consumidor, e, no caso supracitado prejuízo por medo de enfrentar restrições ao crédito. Ademais, segundo Ferrari (2019), existem quatro formas clássicas de cobrança indevida, são elas: Pagamento de fatura não registrado, Fraude na contratação, Serviço não contratado e Serviço cancelado.

Conforme Ferrari (2019) relativo a primeira forma, pagamento de fatura não registrado, tornou-se mais comum após o advento do débito automático, em que o consumidor não possui controle prévio do que está sendo pago, um exemplo prático é quando realiza-se um pagamento mensal, sempre no prazo, e, mesmo assim, há cobrança de juros e mora por atraso nas faturas seguintes.

A segunda forma é a fraude na contratação, nesse caso a empresa prestadora de serviço também é lesada no processo, pois consiste em um indivíduo, agindo de má fé, fazendo a contratação com os dados de outrem. Isso, além de gerar uma cobrança para o cidadão que não se utilizou do serviço, gera um ônus para a empresa, pois existe alguém usando o serviço e não pagará por isso. (FERRARI, 2019)

A terceira maneira é o serviço não contratado, essa é uma cobrança sutil, aparece como um valor a mais no momento da contratação de um serviço, Ferrari (2019, Online) cita como exemplo:

[...] um serviço de telefonia pós-pago feito a junto a uma operadora. O consumidor acredita adquirir, dessa maneira, um pacote de 5 GB por 50 reais mensais. Na conversa com atendente, parece-lhe que este valor inclui também serviços ilimitados para as redes sociais, como instagram e facebook. Contudo, depois de 10 meses ele nota uma incoerência: os serviços de redes sociais ilimitados foram cobrados separadamente e por um valor de 20 reais mensais.

Por fim, a quarta forma é o serviço cancelado, que consiste na continuidade de cobranças, mesmo após o consumidor ter realizado o cancelamento do serviço, Ferrari (2019, Online) exemplifica com:

[...] o caso de troca de plano de celular, também bastante comum. Um consumidor decide trocar, por exemplo, de um plano pós-pago para um plano pré-pago. Contudo, a empresa não cancela o plano anterior, de modo que o consumidor não apenas começa a pagar antecipadamente pelo seu uso, como possui faturas abertas para um serviço pós-pago que pediu para cancelar.

Nesse contexto, em suma, o *call Center*, é o local onde as condutas acima são realizadas, os atendentes na maioria das vezes são terceirizados, facilitando a prática abusiva e diminuindo os mecanismos para reclamação, são passados protocolos falsos e o que é acordado muitas vezes é deixado de lado, pedidos de cancelamento não são realizados, ficando o cliente encarregado de pagar serviços simultâneos, situação que diante de tudo que foi visto acima é comum em planos de *internet* móvel.

Diante do exposto, tem-se que, é importante que o consumidor fique atento aos tipos de cobrança indevida e procure resolver administrativamente o ocorrido em balcões especializados em direitos do consumidor, por exemplo, PROCON, que pune os fornecedores abusivos com multas e execuções extrajudiciais referentes a obrigações de fazer.

### 3.1.5 Superfaturamento de produto em alta no mercado

Essa prática ocorre, quando o consumidor paga um valor abusivo e superfaturado de um produto que claramente não vale o que está sendo cobrado. No entanto, assim é determinado só por estar em alta no mercado, aumentando a procura e a demanda, aumenta-se também o preço. Todavia, isso na verdade é prática abusiva.

Quando existe algum fato de mercado que aumenta a procura dos consumidores por um produto ou serviço específico, é normal o aumento dos preços, haja vista, que existe a lei da oferta e da demanda, criada pelo economista Adam Smith em sua obra *A Riqueza das Nações (1776)* que postula “quanto maior a oferta, maior será a procura, ou demanda por um determinado bem ou serviço”. Essa lei econômica deu origem ao livre mercado.

Todavia, esse livre mercado tem seus limites, um deles é essa prática abusiva, pois nela ocorre um superfaturamento com o único intuito de prejudicar o consumidor a todo custo para obter lucro, essa conduta é uma prática abusiva, visto que, o art. 39 do CDC prevê o fenômeno da justa causa para elevação dos preços, ou seja, a

inflação de mercado ou o aumento da tributação em cima da aquisição da matéria prima para fabricar ou fornecer determinado produto ou serviço.

Contudo, no período de confinamento devido a pandemia (covid-19) que iniciou no ano de 2020, farmácias e supermercados aumentaram os preços dos EPIs, máscaras e frascos de álcool em gel para prevenção da proliferação do vírus. Esse abuso foi visto como prática abusiva pelo PROCON e pelo STJ.

Além disso, essa conduta não é somente uma afronta ao CDC, mas também um crime, visto que, segundo a redação do art. 3º, VI da Lei Nº 1.521 de 1951: “provocar a alta ou baixa de preços de mercadorias, títulos públicos, valores ou salários por meio de notícias falsas, operações fictícias ou qualquer outro artifício” (BRASIL, 1951).

De acordo com o art. 39, X do CDC (BRASIL, 1990, Online): “elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.” A referida prática ocorreu muito durante o período de pandemia (covid-19), mais precisamente no início, quando a população estava assustada com o isolamento social e a obrigatoriedade do uso de máscara, além das recomendações de utilização do álcool em gel, o referido produto e as máscaras de proteção tiveram seus preços superfaturados, como pode ser visto na citação abaixo:

O Balcão do Consumidor/PROCON tem auxiliado de forma significativa a comunidade ijuiense, diante das demandas que cresceram referente os abusos de preço dos produtos essenciais ao combate da Pandemia do COVID-19 ajudando com a fiscalização de farmácias e empresas comerciais, encaminhando ofícios com o pedido de esclarecimento em decorrência dos aumentos de preços de produtos essenciais ao controle e combate da pandemia.

Diante do que foi supracitado, Freitas, Schneider e Scherer (2020, p. 4) entendem esse superfaturamento como uma das principais práticas abusivas do comércio, e que ganhou destaque no período de confinamento, os fornecedores do produto colocaram um preço acima da inflação e da realidade econômica dos brasileiros.

Outrossim, o Estado não dava bom exemplo, haja vista que a Polícia Federal constatou superfaturamento de máscaras e de álcool em gel em contratos públicos para hospitais de campanha, aproveitando-se da ausência de exigibilidade de licitação devido a calamidade pública na saúde. Conforme matéria publicada no portal de notícias da Globo (2020) a Polícia Civil deflagrou operação contra superfaturamento

na compra de EPIs em hospitais da Grande Fortaleza, o Hospital da Mulher, por exemplo, fez aquisição de máscaras e frascos de álcool em gel superfaturados e gerou um prejuízo em conjunto a outros hospitais de dezessete milhões segundo a polícia que investigou o caso.

### *3.1.6 Preços diferentes no momento do pagamento*

Essa prática ocorre quando um fornecedor de um produto ou serviço aumenta o preço a depender da forma de pagamento, incluindo taxas abusivas para aqueles que adquirem o produto por outro meio e vantagens para o consumidor que paga à vista. O STJ entende que quando esse fenômeno ocorre, trata-se de prática abusiva de comércio e o fornecedor deve ser multado, como pode ser visto no julgado abaixo:

RECURSO ESPECIAL. ADMINISTRATIVO E PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO DECLARATÓRIA VISANDO À ANULAÇÃO DE AUTOS DE INFRAÇÃO LAVRADOS POR PROCON MUNICIPAL ANTE O RECONHECIMENTO DE VIOLAÇÃO AO DIREITO DO CONSUMIDOR PELA PRÁTICA DE PREÇOS DIFERENCIADOS PARA VÁRIAS ESPÉCIES DE PAGAMENTO À VISTA: DINHEIRO, CHEQUE OU CARTÃO, DO MESMO PRODUTO. PRÁTICA ABUSIVA. CONFIGURADA. PRECEDENTES DO STJ: RESP 1.479.039/MG, REL. MIN. HUMBERTO MARTINS, DJE 16.10.2015 E RESP 1.133.410/RS, REL. MIN. MASSAMI UYEDA, DJE 7.4.2010. RECURSO ESPECIAL AO QUAL SE NEGA PROVIMENTO.

1. A diferenciação de preço na mercadoria ou serviço para diferentes formas de pagamento à vista: dinheiro, cheque ou cartão de crédito caracteriza prática abusiva no mercado de consumo, nociva ao equilíbrio contratual e ofende o art. 39, V e X da Lei 8.078/90. (BRASIL, 2011)

Trata-se de uma conduta que exclui as diversas formas de pagamento e o consumidor hipossuficiente. Os estabelecimentos comerciais que tem o hábito de cometer essa prática abusiva são multados e expressamente proibidos de acordo com a legislação e com o julgado supracitado.

## **3.2 O Desrespeito ao Consumidor nos Contratos de Comércio**

Nesse contexto, quanto às práticas abusivas de comércio, relembra-se a célebre frase filosófica: “O homem é o lobo do homem”, frase de Thomas Hobbes é atual e pode ser aplicada em qualquer relação social. Já que o homem moderno faz de tudo para atender seus desejos materialistas, isso pode ser visto de forma clara no comércio. Nesse sentido, Brasília (2019, p. 26), discerne que:

Quando se vive em sociedade, surge a necessidade de se estabelecer um convívio com os indivíduos, de modo que é indispensável o diálogo, o contato, a relação entre eles, fazendo assim, com que eles verifiquem a necessidade de terem um amparo, de leis norteadoras, para que essa relação seja pautada de lealdade e equilíbrio entre as partes. Sendo preciso desigualar para igualar, protegendo sempre os consumidores das práticas abusivas cometidas pelos fornecedores de modo a prejudicá-los.

Os bancos e demais instituições financeiras são maioria na parte ré de processos que envolvem práticas abusivas em detrimento de Direitos do Consumidor, uma vez que os contratos de adesão são repletos de cláusulas abusivas e leoninas. Além de tais instituições facilitarem o crédito para alguns e burocratizar para outros, visando apenas o lucro, abstendo-se de qualquer responsabilidade civil. No mesmo cerne, Santiago (2020, p. 17/18), explica seu entendimento acerca da Súmula 532 do STJ (BRASIL, 20015):

O entendimento sumulado pelo Superior Tribunal de Justiça traduz bem a ideia trazida pelo conceito do código, “Constitui prática comercial abusiva o envio de cartão de crédito sem prévia e expressa solicitação do consumidor, 18 configurando-se ato ilícito indenizável e sujeito à aplicação de multa administrativa” (Sumula 532).

Algumas empresas aumentam seus preços antes da “Black Friday” visando fingir que o produto estava mais caro, daí que nasce o ditado popular sobre o evento: “tudo pela metade do dobro”. Como pode ser visto por Cravo: (2013, p. 53/54)

O abuso de posição dominante é expressamente vedado pelo nosso ordenamento jurídico, que, apesar de não definir esse fato, enumerou alguns comportamentos que se caracterizam como práticas abusivas mais triviais.

[...]

Uma dessas práticas é a venda casada, a qual, na economia moderna, pode ser considerada como uma doença endêmica. A venda casada está manifestamente presente no dia-a-dia do consumidor e causa-lhe extremo prejuízo, seja através da diminuição da sua opção de escolha e da exploração de suas deficiências motivacionais e informacionais, seja pelo pagamento de um preço superior ao devido. Esse ilícito pode ser encontrado nas operações mais simples, como até mesmo nas mais complexas, realizadas no mercado financeiro.

O fornecedor de serviço é obrigado a cumprir o que foi ofertado, haja vista que o consumidor ficou atraído e perdeu tempo e dinheiro para alcançar a oferta, podendo o mesmo exigí-la com base no *caput* do art. 35 do CDC (BRASIL, 1990). Nos contratos de comércio ocorrem diversas práticas abusivas, todas que foram citadas no tópico anterior, são chamadas cláusulas abusivas, presentes em contratos de adesão (geralmente feitos por Bancos), mas principalmente em contratos leoninos que são

aqueles que só beneficiam um lado, o contratado e prestador dos serviços de obrigação de fazer. Quando acionados na justiça, os contratados que redigem suas peças leoninas argumentam estarem amparados pelo princípio do da força obrigatória dos contratos. Todavia, até mesmo esse princípio tem exceções, como fraude e má-fé diante das práticas abusivas de comércio que servem para maquiagem o abuso em cima das vulnerabilidades do consumidor (BASÍLIO, 2019).

Paralelo a isso, é fácil notar que a oferta, mesmo sendo um negócio jurídico de natureza pré-contratual, ainda sim, é alcançado pela norma protetora do consumidor. Nesse sentido, Porciuncula (2013, p. 33) lembra que: [...] O art. 35, inciso I, do CDC prevê que:

**Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha: I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade.**

[...] O dispositivo citado é um reforço ao art. 30, caput. Antes prevendo que o fornecedor se obriga à publicidade ou informação ofertada, agora o legislador especifica que se o empresário recusar dar cumprimento a sua oferta, o consumidor poderá exigir o cumprimento forçado da obrigação. (BRASIL, 1990, Online)

Algumas práticas abusivas são consideradas fraudes e até mesmo crime por ir contra o princípio da boa-fé e o Código de Defesa do Consumidor. É o que perceberam Henriques e Silva (2014, p. 164):

Além dos crimes corporativos, há outra categoria de atos a ser considerada. Dentre os muitos tipos de fraude que podem ser praticadas por organizações encontram-se também aquelas que corrompem a boa-fé dos públicos e são praticadas diretamente contra a opinião pública. Em sua versão mais simples pode-se enquadrar aí a prática da chamada publicidade enganosa ou abusiva (muitas vezes alcançada pela tipificação legal, como no Código de Proteção e Defesa do Consumidor brasileiro). Mas há também outras práticas nem sempre fáceis de enquadrar, dado seu caráter sub-reptício, e que podem ser ética e moralmente questionadas.

A citação acima também trata dos crimes corporativos, diante de tantas práticas abusivas, é preciso que sejam adotadas mais políticas assistenciais administrativas como o PROCON e o DECON para não afogar demandas no judiciário que anda lotado, é preciso uma resposta célere com mais órgãos, menos burocrática e com maior proteção ao consumidor se for preciso, haja vista que a informação também garante o acesso à justiça.

#### **4 ANÁLISE JURISPRUDENCIAL DAS PRINCIPAIS DECISÕES DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA SOBRE AS PRÁTICAS ABUSIVAS DE COMÉRCIO**

O informativo 678 do STJ (Superior Tribunal de Justiça) reconheceu a existência de dano moral coletivo na atividade de jogos de azar. Trata-se de uma ação civil pública promovida pelo MPF (Ministério Público Federal) em desfavor aos donos de caça-níqueis em São Paulo, matéria que virou acórdão de REsp 1464868, segue ementa abaixo:

PROCESSUAL CIVIL. RESPONSABILIDADE CIVIL. CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. JOGO DE AZAR ILEGAL. BINGO. INEXISTÊNCIA DE LEGISLAÇÃO QUE AUTORIZE A ATIVIDADE. INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL COLETIVO. CABIMENTO. 1. Na hipótese dos autos, o Ministério Público Federal promoveu Ação Civil Pública visando à condenação dos réus ao pagamento de indenização por dano moral coletivo, por exploração de bingo ilegal. 2. No caso concreto, prevalece o interesse social na tutela coletiva. A necessidade de correção das indigitadas lesões às relações de consumo transcende os interesses individuais dos frequentadores das casas de jogos ilegais para dizer respeito ao interesse público na prevenção da reincidência da suposta conduta lesiva por parte dos exploradores dos jogos de azar, de onde exsurge o direito da coletividade a danos morais coletivos, ante a exploração comercial de uma atividade que, por ora, não encontra guarida na legislação. (REsp 1.509.923/SP, Rel. Ministro Humberto Martins, Segunda Turma, julgado em 6/10/2015, DJe 22/10/2015). 3. O dano moral sofrido pela coletividade decorre do caráter altamente viciante de jogos de azar, passíveis de afetar o bem-estar do jogador e desestruturar o ambiente familiar. A responsabilidade civil é objetiva, respondendo os réus, "independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores" (art. 12, caput, do CDC). 4. O dano moral coletivo prescinde da comprovação de dor, de sofrimento e de abalo psicológico, pois tal comprovação, embora possível na esfera individual, torna-se inaplicável quando se cuida de interesses difusos e coletivos. (REsp 1.410.698/MG, Rel. Ministro Humberto Martins, Segunda Turma, DJe 30/6/2015; REsp 1.057.274/RS, Rel. Ministra Eliana Calmon, Segunda Turma, DJe 26/2/2010). 5. Recurso Especial provido.

Sabe-se que os jogos de azar são ilícitos no Brasil. Entretanto, as cobranças e o dinheiro gasto em apostas não eram ressarcidos por serem práticas ilícitas, no entanto, o reconhecimento dos direitos do consumidor nessa seara é um avanço no combate as casas de apostas. (BRASIL, 2016, Online).

Em outra discussão, Marques e Bergstein (2018) explicam que o STJ tratou da tutela do tempo do consumidor e a responsabilidade do comerciante por vícios. Para os autores, o ocorre na prática é que o comerciante costuma dizer “e a gente ainda oferece três meses de garantia”, No entanto, sabe-se que tal lapso é do CDC e não do estabelecimento comercial, em alguns casos, chegam até a “retirar” o direito da

garantia, ou cobrar um valor por ela, além disso, existem também as esperas excessivas em bancos e diversas outras formas de tomar o tempo do consumidor. Pois bem, todas essas práticas são abusivas e o novo entendimento do STJ sobre isso é que o estabelecimento comercial que for pegue cometendo tais práticas receberá multa, além de prestar assistência técnica por vícios do produto ou serviço de maneira célere, eficaz e eficiente.

Outra decisão do considerou prática abusiva alterar preços de produtos, oferecendo vantagens para o consumidor comprar à vista, devendo o preço estabelecido pela venda da mercadoria paga integralmente no ato ser o mesmo para as vendas a prazo<sup>4</sup> (BRASIL, 2015, Online).

Quanto à prática abusiva da venda casada, para o STJ tal inquirição por parte do fornecedor aliena o consumo de um produto essencial para o consumidor a outro serviço ou produto não solicitado e que não é acessório do principal. Nisso, muitos consumidores desinformados de seus direitos, pensam que estão presos ao contrato, mas podem recorrer ao PROCON e anular a cláusula de venda casada ou até mesmo todo o contrato de comércio.

Em um julgado da quarta turma do STJ, que tem por teor, uma ação coletiva de clientes em desfavor de bancos e demais instituições financeiras que fazem venda casada envolvendo abertura de contas corrente e empréstimos envolvendo aquisição de outros produtos, prejudicando o consumidor de seus serviços presos aos contratos de adesão abusivos, justificados tão somente pelo princípio do *Pacta Sunt Servanda*, como mostra a ementa abaixo:

PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO RECURSO ESPECIAL. AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO. **PRÁTICAS** COMERCIAIS E BANCÁRIAS **ABUSIVAS**. EXTRATO CONSOLIDADO. EMISSÃO UNILATERAL E COBRANÇA POR PARTE DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. EMPRÉSTIMO E ABERTURA DE CONTA-CORRENTE VINCULADOS À AQUISIÇÃO DE OUTROS PRODUTOS. **VENDA CASADA**. VIOLAÇÃO DO ART. 535 DO CPC/73. DEFICIÊNCIA DA FUNDAMENTAÇÃO RECURSAL. SÚMULA 284/STF. CERCEAMENTO DE DEFESA. PRECLUSÃO. FUNDAMENTO DO ACÓRDÃO NÃO IMPUGNADO. SÚMULA 283/STF. INÉPCIA DA INICIAL. IMPOSSIBILIDADE DE REEXAME DE MATÉRIA FÁTICO-PROBATÓRIA. SÚMULA 7/STJ. CONSONÂNCIA DO ACÓRDÃO RECORRIDO COM A JURISPRUDÊNCIA DESTA CORTE. SÚMULA 83/STJ. COMPROVAÇÃO DE **VENDA CASADA**. IMPOSSIBILIDADE DE REVOLVER PROVAS. SÚMULA 7/STJ. FALTA DE PREQUESTIONAMENTO. SÚMULAS 282/STF E 356/STF. VIABILIDADE DE CONDENAÇÃO EM DANO MORAL COLETIVO. ABRANGÊNCIA DA

---

<sup>4</sup> Pagamento a prazo é diferente de parcelamento, a cobrança de juros ainda é legal.

SENTENÇA COLETIVA. AUSÊNCIA DE RESTRIÇÃO À COMARCA DO  
JUÍZO SENTENCIANTE. (BRASIL, 2019, Online)

A quarta turma negou por unanimidade o provimento do agravo de interno, isso mostra que, quando as instituições financeiras não detêm direito material eles buscam invalidar o direito processual visando dificultar o andamento do processo e ganhar tempo. Atitude que é característica do abuso de direito processual.

Nesse sentido, o presente artigo, a priori, chega à seguinte conclusão, o consumidor precisa ser atento as práticas abusivas de comércio, porque a alta demanda do PROCON e das agências reguladoras, além do foco dessas práticas em produtos e serviços de baixo custo para evitar a procura dos direitos por tão pouco, que é de praxe nos hábitos comerciais. Além disso, as ouvidorias das empresas que praticam esse tipo de afronta ao CDC, não estão dispostas e comprometidas a resolver as reclamações consumeristas de seus clientes.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo trouxe em seu projeto de pesquisa uma discussão, a respeito das práticas abusivas habituais do comércio em desfavor dos direitos do consumidor, focando em alguns dos principais mecanismos de defesa que podem ser utilizados para reprimir tais práticas. Para comprovação das hipóteses e resolução parcial da problemática do projeto, foi realizada uma pesquisa que resultou na produção de um referencial teórico que deu origem ao presente artigo.

Outrossim, entende-se que a finalidade desse trabalho foi cumprida, uma vez que, alguns dos principais mecanismos de defesa que o consumidor pode buscar para sua proteção foram apontados, assim como os quatro tipos de vulnerabilidades (fática, informacional, técnica e financeira) existentes na relação de consumo foram abordadas. Por fim, as práticas abusivas de comércio e o desrespeito ao consumidor nos contratos comerciais à luz de algumas das principais decisões do STJ sobre essas práticas foram discernidos.

Contudo, foram encontradas algumas limitações na pesquisa, visto que, não existe uma solução concreta, senão as óbvias, que são a atenção do consumidor ao contratar serviços em certos setores que tem o hábito de cometer práticas abusivas e buscar o PROCON em caso de complicações acerca de reembolso, troca ou reclamações, visando primeiramente, a resolução administrativa do litígio.

Apesar disso, a hipótese foi confirmada, uma vez que, foi constatado na pesquisa que as práticas abusivas são hábitos de comércio que desrespeitam os direitos do consumidor independentemente da existência de ouvidorias, de agências reguladoras, do princípio da vulnerabilidade do consumidor aplicado em todo CDC e de julgados do STJ favoráveis a parte vulnerável da relação consumerista.

Reitera-se que, a metodologia aplicada a essa pesquisa teve procedimento bibliográfico, finalidade básica estratégica, objetivos descritivos, abordagem qualitativa e a utilização do método hipotético-dedutivo de pesquisa na elaboração das premissas do presente artigo.

Diante de tudo, consideram-se na análise dos resultados, que o consumidor precisa ser atento as práticas abusivas de comércio, porque a alta demanda do PROCON e o foco dessas práticas em pequenos valores para evitar a procura dos direitos por tão pouco é de praxe nos hábitos comerciais. Além disso, as ouvidorias das empresas que praticam esse tipo de afronta ao CDC, não estão dispostas e comprometidas a resolver as reclamações consumeristas dos clientes.

## **REFERÊNCIAS**

**BRASIL. Acórdão do STJ: REsp nº 1.610813 – ES. 2015.**

**BRASIL. RECURSO ESPECIAL Nº 1.610.813 – ES (2011/0291570-1). 2011.**

**BRASIL. LEI Nº 1.521, DE 26 DE DEZEMBRO DE 1951.**

**BRASIL. AGRAVO INTERNO NO REsp 1336939 / RS, JULGADO PELA 4T DO STJ. 2019**

BRASILIO, Mariana Pinotti; ABDO, Paulo Roberto Cavasana. **Práticas Abusivas à Luz do Código de Defesa do Consumidor**. UniToledo. São Paulo-SP. 2019.

Disponível em: < <http://www.unitoledo.br/repositorio/handle/7574/2312>>. Acessado às 22h48min. 17 de Nov./2021

CRAVO, Daniela Copetti Cravo. **Venda Casada: É Necessária a Dúplíce Repressão?** UFRGS. Porto Alegre RS v. 1 n. 1 (2013)

FREITAS, M.L.S; SCHNEIDER, E.V; SCHERER, F. S. **Práticas Abusivas em Tempos de Pandemia Covid-19**. XXI Jornada de Extensão da UNIJUÍ 2020. Salão do Conhecimento.

HENRIQUES, Marcio Simeone; SILVA, Daniel Reis. **Vulnerabilidade dos públicos frente a práticas abusivas de comunicação empregadas por organizações: limitações para o monitoramento civil**. Rev. Comunicação & Sociedade, vol. 26, 2014, pp. 162 – 176.

MARQUES, Claudia Lima; BERGSTEIN, L. **A valorização e a tutela do tempo do consumidor: A nova posição do STJ sobre responsabilidade do comerciante por vícios**. Revista dos Tribunais, v. 997, p. 211-226, 2018.

MARTOS, José Antonio de Faria. Orientado por: TARTUCE, Flávio. **O diálogo das fontes e a hermenêutica consumerista no Superior Tribunal de Justiça**. Tese de Doutorado da FADISP – Faculdade Autônoma de Direito de São Paulo – SP, 2013.

PEREIRA, Maricelma Ap Martins. **A pratica de venda casada nas relações de consumo e sua abusividade**. Repositório de Trabalhos de Conclusão de Curso, 2019.

PORCIUNCULA, Aryadne Bezerra. **O direito de acesso do consumidor a estabelecimentos comerciais: a seleção de clientes por casas noturnas**. Universidade Federal de Brasília, Brasília-DF (2011).

RODRIGUES, Fabiane Thais. **Proteção e Defesa do Consumidor: Entendendo Melhor as “Práticas Abusivas”**: 2013

SANTIAGO, Gabriel dos Reis. **Streaming de vídeo e práticas abusivas: em que medida a prática adotada pelas empresas fornecedoras de streaming de vídeo pode ser caracterizada venda-casada nos termos do art. 39, I, CDC. 2020.**

Monografia (Graduação em Direito) - Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2020.