



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

ISABELLA BENEDUZE DOS SANTOS

**A INEFETIVIDADE DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS SOB A ÓTICA DO
DIREITO DO CONSUMIDOR**

**Assis/SP
2023**



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

ISABELLA BENEDUZE DOS SANTOS

**A INEFETIVIDADE DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS SOB A ÓTICA DO
DIREITO DO CONSUMIDOR**

Projeto de pesquisa apresentado ao curso de Bacharelado em Direito do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão.

**Orientando(a): Isabella Beneduze dos Santos
Orientador(a): Jesualdo Eduardo de Almeida Junior**

**Assis/SP
2023**

Santos, Isabella Beneduze dos

S237e A inefetividade das cláusulas abusivas sob a ótica do Direito do Consumidor/ Isabella Beneduze dos Santos. -- Assis, 2023.

44p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) -- Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis (IMESA), 2023.

Orientador: Prof. Dr. Jesualdo Eduardo de Almeida Júnior.

1. Código de proteção e defesa do consumidor. 2. Cláusula abusiva. 3. Nulidade. I Almeida Júnior, Jesualdo Eduardo de. II Título.

A INEFETIVIDADE DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS SOB A ÓTICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR

ISABELLA BENEDUZE DOS SANTOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação, avaliado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador: _____
Jesualdo Eduardo de Almeida Junior

Examinador: _____
Gisele Spera Máximo

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais e aos meus amigos que confiaram no meu potencial para a elaboração dessa monografia. A eles todo meu amor e gratidão.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço imensamente a Deus, pela minha vida e por ter abençoado toda a minha trajetória de estudos. Graças a Ele alcancei meus objetivos, conseguindo concluir essa monografia.

Aos meus amados familiares, em especial ao meus pais, companheiros de todas as horas, que todos os dias me ensinam e me incentivam a manter a cabeça erguida, independente das dificuldades. Vocês foram meu alicerce em todas as etapas da minha caminhada.

Aos meus amigos, que sempre dividiram comigo as aflições e alegrias que passei durante todo o curso, pela amizade incondicional e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período em que me dediquei a este trabalho.

Finalmente, agradeço ao professor Jesualdo Eduardo de Almeida Júnior, por ter aceitado me orientar nesse trabalho, o qual eu admiro por ser um excelente profissional, estando sempre disponível a compartilhar todo o seu vasto conhecimento e por ter me fortalecido para chegar até o final desta monografia.

RESUMO

O Código de Defesa do Consumidor é fruto de uma expressa determinação constitucional, sendo uma legislação instituída pela Lei nº 8.078, em 11 de setembro de 1990, tendo como principal objetivo resguardar os direitos dos consumidores e estabelecer parâmetros nas relações de consumo no Brasil. O propósito deste trabalho é realizar uma abordagem doutrinária e jurisprudencial acerca das relações entre quem compra e quem vende algum produto ou serviço no país, analisando o emprego das cláusulas abusivas inseridas nos contratos celebrados entre as partes e suas consequências jurídicas. Para tal objetivo, primeiramente, definir-se-á a relação de consumo e todos sujeitos presentes, dando enfoque ao novo perfil consumerista. Por seguinte, por se tratar de um direito fundamental, apresentarei os princípios constitucionais dos quais devem ser regidos os contratos entre consumidores e fornecedores. Seguindo o objetivo de demonstrar as relações de consumo, abordarei o conceito de contrato e as cláusulas presentes nos mesmos, incluindo àquelas consideradas abusivas, que por determinação legal, podem ser declaradas nulas de pelo direito. Por fim, exemplificarei tais cláusulas na prática, demonstrando como se mostram presentes de forma onerosa em nosso cotidiano, bem como, a força do Código de Defesa do Consumidor na prática, igualando a relação processual entre as partes.

Palavras-chave: Código de Defesa do Consumidor, Empoderamento do Consumidor, Cláusulas abusivas, Prática abusiva.

ABSTRACT

The Consumer Protection Code is the result of an express constitutional determination and is a legislation established by Law No. 8,078, on September 11, 1990, with the main objective of safeguarding consumer rights and establishing parameters in consumer relations in Brazil. The purpose of this work is to conduct a doctrinal and jurisprudential approach to the relationships between buyers and sellers of products or services in the country, analyzing the use of abusive clauses inserted in contracts between the parties and their legal consequences. To achieve this objective, firstly, the consumer relationship and all parties involved will be defined, with a focus on the new consumerist profile. Secondly, as it is a fundamental right, I will present the constitutional principles that should govern contracts between consumers and suppliers. Continuing with the aim of demonstrating consumer relationships, I will address the concept of contracts and the clauses present in them, including those considered abusive, which can be declared null and void by legal determination. Finally, I will provide practical examples of such clauses, demonstrating how they are onerously present in our daily lives, as well as the strength of the Consumer Protection Code in practice, equalizing the procedural relationship between the parties.

Keywords: Consumer Protection Code, Consumer Empowerment, Abusive Clauses, Abusive Practices.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. UM NOVO CENÁRIO COM O ADVENTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	11
1.1. RELAÇÃO DE CONSUMO	11
1.2. PROTEÇÃO COLETIVA	14
1.2.1. Direitos Difusos.....	15
1.2.2. Direitos Coletivos.....	16
1.2.3. Direitos Individuais Homogêneos	16
1.3. EMPODERAMENTO DO CONSUMIDOR	17
1.4. PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR	18
1.4.1. Princípio da Boa Fé Objetiva.....	19
1.4.2. Princípio da Dignidade da Pessoa Humana.....	20
1.4.3. Princípio da Vulnerabilidade	21
1.4.4. Princípio da Isonomia	22
1.4.5. Princípio da Informação	22
2. CONSIDERAÇÕES GERAIS ACERCA DAS PRÁTICAS ABUSIVAS .	25
2.1. CONCEITO DE CONTRATO	25
2.2. CLÁUSULAS EM GERAL	26
2.3. CLÁUSULAS ABUSIVAS	27
2.4. NULIDADE ABSOLUTA.....	29
2.5. PRÁTICA ABUSIVA	33
CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS.....	44

INTRODUÇÃO

O código de Hamurabi, embora não se refira especificamente às relações de consumo, contém leis e regulamentos evidenciando a preocupação ancestral na necessidade de regulamentar as transações comerciais e estabelecer regras para a proteção dos interesses das partes envolvidas da época, sendo este o primeiro código de leis da História.

Este código foi criado pelo 6º (sexto) rei da Suméria, Hamurábi, da 1ª (primeira) dinastia babilônica, no século XVIII a.C., na Mesopotâmia.

As primeiras tentativas de regularizar as relações de consumo começaram a surgir quando se tornou necessário a criação de um código de leis que ordenasse as relações no império babilônico, como, por exemplo, regulamentar a responsabilidade que os construtores de barcos deveriam ter caso houvesse algum defeito em sua estrutura, bem como a responsabilidade dos arquitetos em caso de defeitos ou desabamento das casas por eles projetadas.

Embora as relações de consumo fossem surgindo ao longo da história da humanidade, foi durante a Revolução Industrial que essas relações começaram a se expandir de forma significativa, sendo estas observadas por um Código Comercial do século XIX, não trazendo nenhuma proteção à parte consumidora.

Com o crescimento do comércio e o surgimento de fábricas e novas práticas comerciais, surgiram também os grandes desafios e abusos em relação aos consumidores, já que estes não tinham nenhuma proteção. Diante de um mercado cada vez mais amplo e diversificado, a necessidade de amparar os consumidores e assegurar relações comerciais justas levou à criação de legislações específicas de proteção ao consumidor ao longo do tempo.

Sendo assim, o desenvolvimento dessas legislações de proteção ao consumidor tem sido uma grande solução à necessidade de equilibrar o poder dos fornecedores em face de seus consumidores, garantindo direitos e promovendo relações comerciais mais seguras.

Diante disso, tornou-se necessária a elaboração de uma norma específica com o intuito de acompanhar o dinamismo de uma sociedade de massas, formada no decorrer do século XXI, sendo essa legislação promulgada como direito fundamental pela Constituição Federal de 1988, no seu artigo 5º, inciso XXXII: “O estado promoverá na forma da lei a defesa do consumidor”. (BRASIL, 1988, p.1)

Por fim, o artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT) da Constituição já assegurava que, dentro de 120 dias da sua promulgação, deveria ser elaborado o código de defesa do consumidor: “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor”. (BRASIL, 1988, p.1)

1. UM NOVO CENÁRIO COM O ADVENTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O código de defesa do consumidor derivou de uma expressa determinação da Constituição Federal de 1988 em seu artigo 5º, inciso XXXII, conforme apontado na introdução do presente trabalho.

Com a grande demanda nas relações de consumo, era necessária uma legislação que resguardasse os direitos do consumidor, o que antes não era previsto, pois, no Direito Americano, as relações comerciais eram dirigidas por um Código Comercial, não atendendo aos interesses dos compradores.

O CDC foi promulgado pela Lei N° 8.078, de 11 de setembro de 1990. A partir daí, houve a regularização da relação entre as duas partes do contrato, garantindo que nenhuma delas saia prejudicada por alguma má-fé na relação, tendo como principal objetivo preservar o equilíbrio entre os sujeitos envolvidos na relação de consumo.

Alguns dos principais resguardos que o CDC disponibilizou às partes da relação de consumo foram: o direito à informação mais adequada e clara; a proteção contra práticas abusivas; a responsabilidade dos fornecedores em face dos produtos e serviços que oferecem; o direito de arrependimento do consumidor, dentre outros que serão abordados mais precisamente ao longo deste trabalho.

1.1. RELAÇÃO DE CONSUMO

Em primeiro lugar, para que realmente haja uma relação de consumo, devem estar presentes a figura do consumidor, que adquire um produto ou serviço, e a do fornecedor, que oferece o produto ou serviço, sendo esses sujeitos, as partes necessárias para que essa relação seja caracterizada.

O CDC, em seus artigos 2º e 3º, conceitua de forma clara e sucinta o significado de ambas as partes, sendo:

Art. 2º, do CDC: Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. (BRASIL, 1990, p.1)

Assim, o parágrafo único do artigo 2º determina a figura do consumidor por equiparação, sendo esta toda coletividade, ainda que indeterminável, que de alguma forma interveio na relação de consumo. Exemplo: uma empresa que fornece água para toda cidade não toma os cuidados necessários para garantir a qualidade do produto que está fornecendo, com isso, põe em risco toda coletividade que fizer o uso dessa água. Diante disso, mesmo não sabendo quantas pessoas foram atingidas pela má qualidade do produto fornecido, ampara-se essa coletividade pelo CDC.

Outro exemplo é o funcionário de um estabelecimento que, ao utilizar-se de um equipamento, adquirido pelo patrão (parte consumidora da relação de consumo), é atingido e acaba perdendo um dedo, devido a um acidente com o aparelho, este também é protegido pelo código, tornando-se consumidor por equiparação.

Assim, todo terceiro que não participar da relação de consumo, mas que de alguma forma sofrer lesão em decorrência da mesma, deverá ser protegido pelo CDC, como se consumidores fossem.

EMENTA: AGRAVO DE INSTRUMENTO - AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS - FIO DE TELEFONIA SOLTA SOB A VIA - CONSUMIDOR EQUIPARADO - POSSIBILIDADE - INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA - REQUISITOS PREENCHIDOS. O art. 17 do CDC prevê a figura do consumidor equipado para fins de responsabilidade pelo fato do produto e do serviço, de maneira que, na ação de indenização por danos morais e materiais, decorrente de acidente causado por fio de telefonia solta em via pública faz-se aplicável a legislação consumerista. No termo do art. 6º VII, do Código de Defesa do Consumidor é direito do consumidor a inversão do ônus da prova quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou for a parte tecnicamente hipossuficiente. (TJ-MG - AI: 05624182001 MG, Relator: Luzia Divina de Paula Peixôto (JD Convocada), Data de Julgamento: 04/02/2021, Câmaras Cíveis / 3ª CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 05/02/2021)

O artigo 3º do CDC aponta que:

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. (BRASIL, 1990, p.1)

Com isso, temos que a principal característica da parte fornecedora é a habitualidade, pois o fornecimento de um produto ou serviço deve estar ligado a uma atividade habitual, sendo que quem realiza a venda de forma eventual não é considerado fornecedor. Como por exemplo: se um comércio de eletrodomésticos vende uma televisão, ele é considerado fornecedor, pois realiza as vendas com habitualidade, e caso a televisão apresente algum vício ou defeito, o consumidor que tenha adquirido estará protegido pelo CDC. Diferente dessa situação, se uma pessoa vende uma televisão que está em sua casa e a mesma apresenta defeitos, o consumidor que a adquiriu não estará protegido pelo CDC e sim pelo Código Civil.

Os produtos são caracterizados como todos aqueles possíveis de serem comercializados. Já os serviços fornecidos mediante remuneração, nem sempre são remunerações de forma direta, uma vez que o pagamento não é feito diretamente pelo consumidor ao fornecedor. Tem-se como exemplo a remuneração indireta, sendo aquele benefício comercial fruto da prestação de serviços ou fornecimentos de produtos aparentemente gratuitos, como o caso dos estacionamentos gratuitos em shopping centers, onde o consumidor só terá esse benefício caso compre algo no interior do estabelecimento, sendo assim, o fornecedor lucra com as compras feitas pelo consumidor. Com isso, caso aconteça algo com o veículo, por estar fazendo parte da relação de consumo, o shopping deverá reparar os danos de acordo com as regras do CDC.

Sendo assim, conclui-se que para haver relação de consumo e equiparação pelo Código de Defesa do Consumidor é necessário que estejam presentes um fornecedor, um consumidor e um produto fornecido ou algum serviço prestado pelo fornecedor a esse consumidor.

Posicionamento do STJ acerca do tema no julgamento do REsp 476428/SC, em 2005:

Direito do Consumidor. Recurso especial. Conceito de consumidor. Critério subjetivo ou finalista. Mitigação. Pessoa Jurídica. Excepcionalidade. Vulnerabilidade. Constatação na hipótese dos autos. Prática abusiva. Oferta inadequada. Característica, quantidade e composição do produto. Equiparação (art. 29). Decadência. Inexistência. Relação jurídica sob a premissa de atos sucessivos. Renovação do compromisso. Vício oculto. - A relação jurídica qualificada por ser "de consumo" não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus polos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro. - Mesmo nas relações entre pessoas jurídicas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio

entre as partes. Ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo. - São equiparáveis a consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas. - Não se conhece de matéria levantada em sede de embargos de declaração, fora dos limites da lide (inovação recursal). Recurso especial não conhecido. (STJ - REsp: 476.428/SC, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 19/04/2005, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJ 09/05/2005 p. 390)

1.2. PROTEÇÃO COLETIVA

Um grande avanço que o Código de Defesa do Consumidor trouxe para o mundo atual foi o desenvolvimento de uma série de direitos dos consumidores. Apesar desse grande avanço nos direitos subjetivos individuais, um dos mais marcantes aspectos do CDC foi a preocupação com a proteção de toda coletividade de consumidores.

O CDC assegura que os consumidores poderão ser protegidos através de ações coletivas e ações civis públicas, sendo essas, muitas vezes, as únicas capazes de cessar com os grandes abusos cometidos pelos fornecedores. Tem-se como exemplo os chamados “abusos de varejo”, abuso este utilizado por empresas que agem dolosamente, a fim de gerar prejuízos a vários consumidores de forma simultânea.

Vejamos um exemplo disso, numa mala-direta enviada por um grande Banco:

Prezado(a) Cliente,
Temos uma novidade que vai aumentar ainda mais a sua tranquilidade. O Serviço de Proteção do seu cartão de crédito (...) foi ampliado e, a partir do vencimento de sua próxima fatura, você contará com o novo Seguro Cartão (...). Agora, além da proteção contra perda e roubo de seu cartão de crédito, você terá a mesma proteção para saques feitos sob coação em sua conta corrente. E mais: com o Seguro Cartão (...) você contará com um conjunto de coberturas e serviços, como renda por hospitalização e cobertura por morte acidental e invalidez permanente em consequência de crime, além de serviços de táxi, despachante, transferência inter-hospitalar e transmissão de mensagens. Por apenas R\$ 3,50 mensais, somente R\$ 1,00 a mais do que você paga atualmente, você terá acesso a todos esses benefícios. Esta é uma segurança da qual você não deve abrir mão. Porém, caso você queira manter apenas a cobertura atual, basta que nos próximos 30 dias você entre em contato com o (...) por telefone. Cordialmente, (MIGALHAS, 2023, p.1)

Diante da situação apresentada, é notável o abuso cometido pelo banco, uma vez que ele lança na fatura do consumidor um produto/serviço que o mesmo não pediu/contratou.

O banco não teve autorização alguma do consumidor para descontar tal valor de sua fatura.

Muitas das vezes, por se tratar de apenas R\$1,00 (um) real, os consumidores nada farão. Ademais, quantas vantagens adquiridas de forma ilícita esse banco terá em face de seus milhares de clientes/consumidores que utilizam e adquirem seus produtos e serviços? A resposta é clara, sendo estas inúmeras vantagens, que somente uma ação coletiva seria eficaz para solucionar esse tipo de problema.

Embora em seu artigo 129, inciso III a Constituição Federal faça menção aos direitos difusos e coletivos, somente o CDC foi capaz de defini-los em seu artigo 81:

Art. 129. São funções institucionais do Ministério Público:

...

III – promover o inquérito civil e a ação civil pública, para a proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos” (BRASIL,1988,p.1)

"Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I – interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato; II – interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base; III – interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum." (BRASIL, 1990, p.1)

1.2.1. Direitos Difusos

Estes direitos são definidos como direitos subjetivos que protegem consumidores indeterminados e indetermináveis, ou seja, direitos que atingem simultaneamente a todos, como por exemplo: um fornecedor que, usando uma publicidade enganosa, anuncia seus produtos e serviços na televisão. Neste caso, toda população submetida àquele canal de televisão está sendo afetada por este anúncio enganoso, de forma indiscriminada e geral, pois não sabemos definir exatamente quem foram os sujeitos afetados.

Já os sujeitos passivos, são os que devem respeitar os direitos difusos, sendo todos aqueles fornecedores que de forma direta ou indireta vendem seus produtos ou serviços. Sendo esses produtos e serviços indivisíveis, exatamente por pertencerem a todos indistintamente. Por outro lado, tem-se os protetores desses direitos, sendo defendidos pelo Ministério Público e pelas associações de consumidores.

Importante destacar o fato de que ao mesmo tempo em que o direito difuso é atingido, um direito individual também pode ser, como é o caso de apenas um indivíduo adquirir o produto da propaganda enganosa que foi passado para todos. Neste caso, o consumidor, além de fazer parte da população enganada, tem seu direito individual afetado também.

Alguns outros exemplos de direitos difusos: publicidade em geral, distribuição e venda de medicamentos, proteção ao meio ambiente e ao patrimônio cultural.

1.2.2. Direitos Coletivos

Nos chamados direitos coletivos, os sujeitos por estes protegidos devem ser indeterminados, mas determináveis. Assim, não há necessidade de definir exatamente o consumidor afetado, todavia, este é facilmente determinado. Como por exemplo: o ensino oferecido por uma escola, sendo considerado um direito coletivo, pois afeta um determinado grupo de pessoas, sendo todos aqueles que na escola estudam; como também os clientes de um mesmo banco ou até mesmo usuários de um serviço público essencial, como o fornecimento de água.

Percebe-se que o bem jurídico protegido pelas associações de consumidores e pelo Ministério Público é indivisível, não pertencendo a nenhum consumidor em particular, mas sim a todos daquele grupo pertencente de forma simultânea.

1.2.3. Direitos Individuais Homogêneos

Os direitos individuais homogêneos, além de serem uma espécie de direito coletivo, são caracterizados pela proteção de mais de um consumidor, porém, de forma individual.

Importante ressaltar que não se trata de litisconsórcio onde há o ajuntamento de vários sujeitos no polo ativo da demanda e sim de um direito coletivo, por estar presente apenas um autor para a defesa dos consumidores que tiverem seus direitos individuais homogêneos lesados, sendo estes legitimados pelo artigo 82 do CDC.

Neste caso, o bem jurídico protegido pelo Poder Judiciário é divisível, pois alcançou todos os sujeitos determinados daquele grupo, porém, teve um resultado diverso para cada lesado.

- I - o Ministério Público,
 - II - a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;
 - III - as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;
 - IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.
- § 1º O requisito da pré-constituição pode ser dispensado pelo juiz, nas ações previstas nos arts. 91 e seguintes, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido. (BRASIL, 1990, p.1)

Conclui-se que há no Código de Defesa do Consumidor regras que asseguram a proteção coletiva dos direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos e quanto mais amplo for o conhecimento desses direitos, maior será a possibilidade de o Brasil incrementar os chamados direitos coletivos *lato sensu*, diminuindo as ações individuais, trazendo uma grande economia ao Poder Judiciário e beneficiando todos os que tiverem seus direitos lesados.

1.3. EMPODERAMENTO DO CONSUMIDOR

Outra grande mudança com o advento do CDC foi o aumento significativo na conscientização dos consumidores sobre seus direitos. Ao longo dos anos, a figura do cliente vem se tornando cada vez mais importante nas relações de consumo. Com isso, nasce um novo perfil de consumidor, chamado Consumidor Empoderado. O empoderamento do consumidor é caracterizado a partir do momento em que o cliente causa algum impacto nas decisões das empresas.

A crise econômica e o avanço tecnológico foram alguns dos pontos principais para o desenvolvimento de um novo perfil ao consumidor, tornando-o mais destemido em suas escolhas.

Atualmente, os consumidores são bem informados através da internet, não se deixando levar a erros, então antes mesmo de ir até alguma loja física, os consumidores pesquisam e se informam sobre o produto que pretendem adquirir, evitando ser enganados ou comparem algo inútil.

Diante desse novo perfil do consumidor, fica evidente que as empresas devem se adequar a esse novo cenário. Posto isso, devem os fornecedores estar presentes no mundo digital, permitindo uma maior acessibilidade de contato entre eles e os clientes, pois por maior que

seja a qualidade do produto ofertado, se não houver uma boa comunicação e uma boa publicidade, a tendência é que cada vez mais diminua a procura pelos seus produtos e serviços.

Segundo informações do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), cerca de 33% dos usuários realizam suas compras por meio de dispositivos móveis. Desta forma, utilizar-se das estratégias digitais se tornou algo essencial para o sucesso da empresa, garantindo com que o consumidor empoderado, que busca informações e realiza feedbacks, não gere prejuízos ao negócio.

1.4. PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

No artigo 1º do CDC são estabelecidas as normas de defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social. Logo, o respeito a estas normas é de extrema relevância para que haja uma boa convivência entre os indivíduos de uma sociedade.

O artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal deixa evidente o objetivo em defender os direitos dos consumidores brasileiros, logo, deixa claro ser um direito fundamental, devendo ser regido pelos princípios constitucionais.

Para Mauricio Delgado (2009), princípio é: “Noção de proposições fundamentais que se formam na consciência das pessoas e grupos sociais, a partir de certa realidade, e que, após formadas, direcionam-se à compreensão, reprodução ou recriação dessa realidade.” (DELGADO, 2009, p. 18-19)

Na lição de Sergio Cavalieri Filho (2011):

“o Código de Defesa do Consumidor é um sistema de regras de direito logicamente unidas, compreendendo todos os princípios cardiais do nosso direito do consumidor, todos os seus conceitos fundamentais e todas as normas e cláusulas gerais para sua interpretação e aplicação.” (CAVALIERI FILHO, 2011, p.12)

Dessa forma, ressaltando a importância dos princípios constitucionais, Mello (1996) afirma:

Violar um princípio é muito mais grave que transgredir uma norma qualquer. A desatenção ao princípio implica ofensa não apenas a um específico mandamento obrigatório, mas a todo o sistema de comandos. E a mais grave forma de ilegalidade ou inconstitucionalidade, conforme o escalão do princípio atingido, porque representa insurgência contra todo o sistema, subversão de valores fundamentais, contumélia irremissível a seu arcabouço lógico e corrosão de sua estrutura mestra. (MELLO, 1996, p. 747-748)

Segundo os ensinamentos de Luis Roberto Barroso (1999):

[...] os princípios constitucionais são, precisamente, a síntese dos valores mais relevantes da ordem jurídica. A Constituição [...] não é um simples agrupamento de regras que se justapõem ou que se superpõem. A idéia de sistema funda-se na de harmonia, de partes que convivem sem atritos. Em toda ordem jurídica existem valores superiores e diretrizes fundamentais que 'costuram' suas diferentes partes. Os princípios constitucionais consubstanciam as premissas básicas de uma dada ordem jurídica, irradiando-se por todo o sistema. Eles indicam o ponto de partida e os caminhos a serem percorridos. (BARROSO, 1999, p. 147-149)

Dentre os princípios constitucionais que norteiam o Código de Defesa do Consumidor temos: princípio da boa-fé objetiva, princípio da dignidade da pessoa humana, princípio da vulnerabilidade, princípio da isonomia e princípio da informação, que serão abordados abaixo.

1.4.1. Princípio da Boa Fé Objetiva

O princípio da boa-fé objetiva é um dos principais princípios que fundamenta o Código de Defesa do Consumidor. Esse princípio determina que as relações protegidas pelo CDC devem ser seguidas de forma ética, transparente, honesta, e o mais importante: deve haver respeito entre fornecedores e consumidores.

Conforme o artigo 4º, inciso III do CDC, tendo em vista que este princípio visa o respeito, o fornecedor de produtos e serviços deve agir de boa-fé com seus clientes, buscando sempre atender o que foi prometido, garantindo a proteção e a qualidade do que oferece.

Por outro lado, o consumidor também deve agir de boa-fé, cumprindo com suas obrigações contratuais, atentando-se ao que adquiriu.

A boa fé objetiva está diretamente ligada com o princípio da igualdade, uma vez que as partes devem agir de forma respeitosa ao incluir cláusulas que não prejudiquem uma à outra, além do fornecedor informar todo conteúdo relevante para a tomada de decisão do consumidor, não ocultando nada que possa prejudicá-lo.

Uma das principais aplicabilidades deste princípio é garantir os direitos e interesses dos consumidores, assegurando que os mesmos não sejam vítimas de práticas desleais por parte do fornecedor.

Em suma, o CDC apresenta o princípio da boa-fé objetiva a fim de estabelecer que as condutas praticadas pelos fornecedores sejam éticas e justas nas relações de consumo, assegurando a proteção do consumidor.

Nelson Nery Jr. e Rosa Maria de Andrade Nery (2005) definem:

A boa fé objetiva impõe ao contratante um padrão de conduta, de modo que deve agir como um ser humano reto vale dizer, com probidade, honestidade e lealdade. Assim, reputa-se celebrado o contrato com todos esses atributos que decorrem da boa-fé objetiva. Daí a razão pela qual o juiz, ao julgar demanda na qual se discuta a relação contratual, deve dar por pressuposta a regra jurídica de agir com retidão, nos padrões do homem comuns atendidas as peculiaridades dos usos e costumes do lugar. (NERY JUNIOR e NEY, 2005, p. 76)

1.4.2. Princípio da Dignidade da Pessoa Humana

O princípio da dignidade da pessoa humana não está expressamente mencionado no Código de Defesa do Consumidor, entretanto, é o primeiro consagrado pela Constituição Federal, abrangendo todo ordenamento jurídico, inclusive o CDC.

Desta forma, é considerado um princípio implícito que guia a aplicação das normas da defesa do consumidor, sendo assim, devem ser interpretadas e aplicadas, de maneira que assegura a proteção da dignidade dos consumidores, considerando seus direitos como seres humanos.

A Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, proclamada pela ONU em 1948, define o princípio da dignidade da pessoa humana: “todos os homens nascem livres e iguais em dignidade e direitos”. (ONU, 1948, p.1)

Nas palavras de Plácido e Silva (2002):

dignidade é a palavra derivada do latim dignitas (virtude, honra, consideração), em regra se entende a qualidade moral, que, possuída por uma pessoa serve de base ao próprio respeito em que é tida: compreende-se também como o próprio procedimento da pessoa pelo qual se faz merecedor do conceito público; em sentido jurídico, também se estende como a dignidade a distinção ou a honraria conferida a uma pessoa, consistente em cargo ou título de alta graduação; no Direito Canônico, indica-se o benefício ou prerrogativa de um cargo eclesiástico. (PLÁCIDO E SILVA, 2022, p. 148)

Já André Ramos Tavares traz a explicação de tal princípio nas palavras de Werner Maihofer:

A dignidade humana consiste não apenas na garantia negativa de que a pessoa não será alvo de ofensas ou humilhações, mas também agrega a afirmação positiva do pleno desenvolvimento da personalidade de cada indivíduo. O pleno desenvolvimento da personalidade pressupõe, por sua vez, de um lado, o reconhecimento da total autodisponibilidade, sem interferências ou impedimentos externos, das possíveis atuações próprias de cada homem; de outro, a autodeterminação que surge da livre projeção histórica da razão humana, antes que de uma predeterminação dada pela natureza”. (TAVARES, 2021, p. 276)

1.4.3. Princípio da Vulnerabilidade

O princípio da vulnerabilidade é um dos princípios mais importantes, uma vez que busca proteger a parte mais frágil da relação de consumo, como resguarda o artigo 4º, inciso I do Código de Defesa do Consumidor. Este princípio reconhece a posição vulnerável que o consumidor está em relação ao fornecedor de produtos e serviços, pois geralmente são estes que possuem menos informações técnicas e jurídicas, podendo levar a uma desvantagem significativa no momento das negociações e tomadas de decisão.

Este princípio afirma que é de extrema responsabilidade do fornecedor agir com transparência nas relações de consumo, fornecendo informações claras e completas sobre seus produtos e serviços.

Além do mais, com base na teoria do risco de empreendimento, o princípio da vulnerabilidade tem grande influência no sistema de responsabilidade civil, visto que o fornecedor deve ser responsabilizado, independentemente de culpa, pelos danos causados por seus produtos e serviços ao consumidor.

Moraes (2015) conceitua vulnerabilidade como

:

“o princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade ou condição daquele sujeito mais fraco na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venha a ser ofendido ou ferido, na sua incolumidade física ou psíquica, bem como âmbito econômico, por parte do sujeito mais potente da mesma relação.” (MORAES, apud CHAVES, 2015, p.150)

Nas palavras de Lisboa (2001): “entende-se que o consumidor é vulnerável ‘no mercado de consumo’, isto é, quando sujeita-se as práticas de oferta, de publicidade e de fornecimento

dos produtos e serviços, bem como aos contratos referentes a aquisição deles. ” (LISBOA, 2001, p. 38)

1.4.4. Princípio da Isonomia

O princípio da Isonomia estabelece dentro do Código de Defesa do Consumidor que todas as pessoas têm direito ao mesmo tratamento e as mesmas oportunidades, sem discriminação nas relações de consumo. Diante disso, os consumidores devem ser tratados de forma igualitária por parte dos fornecedores, não havendo diferenciações de forma abusiva, discriminatória e abusivas no oferecimento de produtos e serviços.

Posto isso, este princípio busca assegurar a justiça e a igualdade nas relações de consumo, garantindo que todos os consumidores sejam tratados de forma justa, independentemente de suas características pessoais ou condições socioeconômicas.

Vale ressaltar que este princípio não impede que sejam estabelecidas algumas diferenciações, desde que sejam legítimas e não configurem discriminação arbitrária.

Para Nunes (2000):

a vulnerabilidade é o conceito que afirma a fragilidade econômica do consumidor e também técnica, enquanto que a hipossuficiência tem sentido de desconhecimento técnico e informativo do produto e do serviço, de suas propriedades, de seu funcionamento vital e/ou intrínseco, dos modos especiais de controle, dos aspectos que podem ter gerado o acidente e o dano, das características do vício etc. (NUNES, 2000, p. 84)

1.4.5. Princípio da Informação

O princípio da informação está diretamente ligado com princípio da transparência às relações de consumo no Código de Defesa do Consumidor.

Este princípio garante que o fornecedor deve oferecer informações claras e específicas de seus produtos e serviços a quem vai comprar. Essas informações devem abranger características, preço, qualidade, quantidade, além dos riscos e qualquer outra informação relevante para que o consumidor possa fazer uma escolha bem informada.

Outro princípio que se relaciona diretamente com o da informação é o princípio da publicidade, que assegura o dever dos fornecedores em divulgar seus produtos e serviços de forma clara, verídica, não enganosa e que não omita qualquer informação que seja relevante ao consumidor.

Por fim, é claro e notável que esses princípios asseguram os direitos dos consumidores, fornecendo-lhe informações necessárias para tomar decisões conscientes e evitar práticas enganosas pelos fornecedores.

“(…) 4. Ademais, é certo que se tratando de contrato de adesão, a ausência de destaque acerca das cláusulas limitativas de direitos do consumidor configura afronta ao princípio da transparência, previsto no art. 4º do CDC, tornando-as, por tal razão, abusivas e, conseqüentemente, nulas de pleno direito, com fulcro no art. 51, XV, do CDC. 5. No caso sob análise, não consta dos autos que a ré/recorrida tenha prestado informação clara e ostensiva acerca do pagamento da diferença tarifária no caso de remarcação, o que poderia ter sido feito, por exemplo, com a juntada do e-mail de confirmação com informações acerca das regras tarifárias enviado ao autor/recorrente.” (TJDFT. Acórdão 1262517, 07569535920198070016, Relator: Arnaldo Corrêa Silva, Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 07/07/2020, Data de Publicação: 16/7/2020.)¹

ADMINISTRATIVO. PUBLICIDADE ENGANOSA. ART. 37, § 1º, DO CDC. LEGALIDADE DA MULTA APLICADA PELO PROCON. PRINCÍPIO DA VERACIDADE DA PUBLICIDADE. 1. Não há como apreciar o mérito da controvérsia com base na dita malversação dos artigos 56 e 57 do CDC, uma vez que não foram objeto de debate pela instância ordinária, o que inviabiliza o conhecimento do especial no ponto por ausência de prequestionamento. Incide ao caso a súmula 282 do STF. Nos termos do art. 31 do Código de Defesa do Consumidor, a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar, entre outros dados, informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, garantia, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem. Já o art. 37 proíbe de forma expressa a publicidade enganosa, capaz de induzir o consumidor a erro. 2. No presente caso, trata-se da legalidade de multa imposta à Intelig Telecomunicações em razão de publicidade enganosa por ter veiculado desconto especial com o slogan "Fale até 5 minutos por 0, 99". Consta nos autos que "durante a encenação aparecem atores levantando placas com as descrições"5 minutos", "R\$0,99"e, posteriormente, ouvem-se sons enfatizando os seguintes dizeres:"5 (cinco) minutos, noventa e nove centavos". Durante a apresentação do comercial, constata-se ainda a rápida exibição de uma legenda com a descrição:" chamadas até 5 minutos custam R\$0,99 sem tributos (preço final RJ R\$1,49/min) Após, a cobrança passa a ser conforme o plano básico. " (fls. 270/271). 3. Quanto ao fato de o valor cobrado referir-se apenas aos primeiros 05 minutos de ligação, não há qualquer dúvida, até porque, conforme relatado pelo acórdão, a prestadora de serviços fez constar em legenda os seguintes dizeres, em tempo hábil para leitura: "Chamadas até 5 min custam R\$0,99 sem tributos. (Preço final RJ, R\$1, 49/min)"., concluindo-se que, após esse lapso temporal, a cobrança passa a ser conforme o plano básico contratado pelo consumidor. Nesse ponto, o informe veiculado não é enganoso, uma vez que houve explicação clara acerca da sistemática de cobrança adotada, não gerando dúvida que o valor exposto é inaplicável em ligações de duração maior que 5 minutos. 4. A dúvida surge quanto ao próprio valor a ser pago nas ligações de duração menor ou igual ao período de 5 minutos. Pela análise do quadro fático desenhado pelo Tribunal a quo, conclui-se pela publicidade que o custo de uma ligação de até 5 minutos será de R\$0, 99 (noventa e nove centavos), ao passo que pela leitura da legenda exposta consta informação de que tal valor refere-se à unidade do minuto falado durante os primeiros 5 minutos - "Chamadas até 5 min custam R\$0,99 sem tributos. (Preço final RJ, R\$1,49/min)"- , ou seja, o valor da ligação de 5 minutos

¹ Disponível em: < <https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/principios-do-cdc/principio-da-transparencia>> Acesso em: 04/08/2023

seria, sem cálculo dos tributos, R\$4,95 (R\$ 0,99 x 5 minutos) e, não R\$ 0,99, como expresso no slogan. 5. A publicidade enganosa, a luz do Código de Defesa do Consumidor (art. 37, CDC), não exige, para sua configuração, a prova da vontade de enganar o consumidor, tampouco tal nefanda prática também colha que deva estar evidenciada de plano sua ilegalidade, ou seja, a publicidade pode ter aparência de absoluta legalidade na sua vinculação, mas, por omitir dado essencial para formação do juízo de opção do consumidor, finda por induzi-lo a erro ou tão somente coloca dúvidas acerca do produto ou serviço oferecido, contaminando sua decisão. 6. Em razão do princípio da veracidade da publicidade, fica evidenciado que a publicidade veiculada pela recorrida é capaz de induzir o consumidor a erro quanto ao preço do serviço, podendo ser considerada enganosa. 7. Recurso especial parcialmente conhecido e, nessa parte, provido.

(STJ - REsp: nº 1.317.338 - MG 2011/0275068-0, Relator: Ministro MAURO CAMPBELL MARQUES, Data de Julgamento: 19/03/2013, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 01/04/2013)²

² Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/517703448>> Acesso em: 04/08/2023

2. CONSIDERAÇÕES GERAIS ACERCA DAS PRÁTICAS ABUSIVAS

As práticas abusivas são consideradas condutas que violam os direitos de uma pessoa de forma injusta.

Essas práticas podem estar presentes em diversas circunstâncias, como nas relações de trabalho, nos relacionamentos interpessoais e principalmente nas relações de consumo.

Diante dessas práticas consideradas ilegais, foram desenvolvidas legislações específicas com o intuito de punir tais práticas, oferecendo proteção àqueles que forem vítimas, responsabilizando os autores de tais abusos.

Neste capítulo, serão abordadas as práticas abusivas nas relações de consumo, amparadas pelo Código de Defesa do Consumidor, sendo estas totalmente proibidas, podendo ser observadas quando um fornecedor engana os consumidores de alguma forma para obterem vantagem sobre os produtos os serviços oferecidos, como por exemplo: venda de produtos com vícios ocultos, cobranças indevidas, publicidade enganosa e a imposição de cláusulas abusivas em contratos.

2.1. CONCEITO DE CONTRATO

O contrato pode ser caracterizado como um acordo de vontades entre duas ou mais pessoas que estabelecem direitos e obrigações recíprocas.

Sendo assim, o contrato tem como finalidade criar, modificar ou extinguir relações jurídicas patrimoniais, pertencendo a uma espécie do negócio jurídico que cria um vínculo obrigacional entre as partes.

Para Orlando Gomes (1971): “contrato é o negócio jurídico bilateral, ou plurilateral, que sujeita as partes à observância de comportamento adequado à satisfação dos interesses que regularam”. (GOMES, 1971, p.10)

Já para Maria Helena Diniz (2020):

contrato é o acordo de duas ou mais vontades, na conformidade da ordem jurídica, destinado a estabelecer uma regulamentação de interesses entre as partes, com o escopo de adquirir, modificar ou extinguir relações jurídicas de natureza patrimonial. (DINIZ, 2020, p.14)

Ainda nesse sentido, temos o ensinamento de Humberto Theodoro Junior (2003)

“a função social do contrato consiste em abrandar a liberdade contratual em seus reflexos sobre a sociedade (terceiros) e não apenas no campo das relações entre as partes que o estipulam (contratantes). Já o princípio da boa-fé objetiva fica restrito ao relacionamento travado entre os próprios sujeitos do negócio jurídico”.
(THEODORO JUNIOR, 2003, p. 31)

Sendo assim, os contratos, além de ser um instrumento de proteção de interesses das partes, possuem também uma função social, abrangendo mecanismos que contribuem para o bem-estar da sociedade como um todo. Portanto, boa-fé objetiva está ligada aos efeitos que os contratos produzem entre os contratantes, e a função social do contrato diz respeito aos efeitos que os contratos produzem em relação a terceiros que não estão presentes na relação contratual.

Além de estarem presentes em vários ensinamentos de doutrinadores, a função social dos contratos e a boa-fé objetiva encontram-se elencadas no Código Civil, nos artigos 421: “ A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato. ” (BRASIL, 2002, p.1) e 422: “Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé” (BRASIL, 2022, p.1).

Assim, buscando um novo caminho, ao instaurar o princípio da função social do contrato, o legislador do Código Civil, tendo em vista que não podemos mais ver o contrato como um átomo, deixou claro que o mesmo não interessa apenas às partes contratantes, visto que o meio social em que se pactuam os contratos influencia e é influenciado pelas relações contratuais. Desta forma, o contrato estará cumprindo sua função social quando estabelecer uma relação harmoniosa entre os interesses dos contratantes e os interesses da sociedade.

2.2. CLÁUSULAS EM GERAL

As cláusulas podem ser caracterizadas como termos ou condições específicas presentes em contratos ou acordos, tendo como finalidade definir as regras, de forma clara e específica, as condições propostas.

Elas constituem em obrigações, direitos e responsabilidades das partes envolvidas na relação contratual, estando presentes em vários tipos de contrato, como os de compra e venda, de prestação de serviços, de alugueis, comerciais, de trabalho, entre outros. Portanto, cada contrato terá suas cláusulas específicas, definindo quais se aplicam a tal situação em particular.

Importante ressaltar que as cláusulas devem ser escritas de forma compreensível, evitando gerar ambiguidades ou interpretações diversas das que eram para serem passadas. Além de estarem respeitando as leis e regulamentos, bem como os direitos e garantias previstos no Código de Defesa do Consumidor, quando se tratar de contratos de relação de consumo. Logo, é essencial que antes da vigência de um contrato, ele seja analisado com cautela, através de um especialista, para que nenhuma parte seja prejudicada.

2.3. CLÁUSULAS ABUSIVAS

Cláusulas abusivas referem-se a disposições injustas, desequilibradas e prejudiciais à parte mais vulnerável da relação contratual, colocando o consumidor em desvantagem, principalmente quando vão contra as diretrizes definidas pelo Código de Defesa do Consumidor, ou qualquer outra legislação.

Nelson Nery Junior comenta que: “Podemos tomar a expressão “cláusulas abusivas” como sinônima de cláusulas opressivas, cláusulas vexatórias, cláusulas onerosas ou, ainda, cláusulas excessivas.” (NERY JUNIOR, 2007, p. 569)

Sendo assim, é considerada abusiva toda cláusula que desequilibre a relação consumerista.

Para Bessa (2010):

Inicialmente, cumpre destacar que a caracterização de qualquer cláusula abusiva, nos termos da sistemática adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, independe de análise subjetiva da conduta do fornecedor, se houve ou não malícia, intuito de obter vantagem indevida ou exagerada. Em nenhum momento a Lei 8.078/1990 exige a má-fé, o dolo do fornecedor, para caracterização da abusividade da cláusula. (BESSA, 2010, p. 214)

Nesse mesmo sentido, Nelson Nery Junior nos ensina:

[...] cláusula abusiva é aquela que é notoriamente desfavorável à parte mais fraca na relação contratual, que no caso de nossa análise, é o consumidor, aliás, por expressa definição do art. 4º, nº I, do CDC. A existência de cláusula abusiva no contrato de consumo torna inválida a relação contratual pela quebra do equilíbrio entre as partes, pois normalmente se verifica nos contratos de adesão, nos quais o estipulante se outorga todas as vantagens em detrimento do aderente, de quem são retiradas as vantagens e a quem são carregados todos os ônus derivados do contrato. (NERY JUNIOR, 2007, p. 569)

Sendo assim, embora o CDC não tenha definido diretamente o conceito de cláusulas abusivas, ele nos trouxe em seu artigo 51 e incisos um rol exemplificativo, a fim de identificar em quais situações, relativas ao fornecimento de produtos e serviços, o consumidor pode estar de frente de cláusulas consideradas abusivas.³

Analisando o conteúdo do referido artigo, o doutrinador GALDINO (2001), apresenta que: “cláusulas abusivas são aquelas que constituem obrigações injustas, colocando o consumidor em desvantagem excessiva, causando uma desarmonia contratual entre as partes, ferindo a boa-fé e a equidade” (GALDINO, 2001, p. 12)

³ Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis; II - subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código; III - transfiram responsabilidades a terceiros; IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade; VI - estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor; VII - determinem a utilização compulsória de arbitragem; VIII - imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor; IX - deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor; X - permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral; XI - autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor; XII - obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor; XIII - autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração; XIV - infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais; XV - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor; XVI - possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias. XVII - condicionem ou limitem de qualquer forma o acesso aos órgãos do Poder Judiciário; XVIII - estabeleçam prazos de carência em caso de impontualidade das prestações mensais ou impeçam o restabelecimento integral dos direitos do consumidor e de seus meios de pagamento a partir da purgação da mora ou do acordo com os credores; § 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que: I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence; II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual; III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso. § 2º A nulidade de uma cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes. § 4º É facultado a qualquer consumidor ou entidade que o represente requerer ao Ministério Público que ajuíze a competente ação para ser declarada a nulidade de cláusula contratual que contrarie o disposto neste código ou de qualquer forma não assegure o justo equilíbrio entre direitos e obrigações das partes.

Portanto, pode-se afirmar que a desarmonia contratual entre as partes ocorre quando há conflitos ou divergências significativas entre as condições pactuadas em um contrato.

Ademais, agregando ainda mais ao conceito de cláusulas abusivas, traz Fernando Noronha:

Essas cláusulas que reduzem unilateralmente as obrigações do predisponente e agravam as do aderente, criando entre elas uma situação de grave desequilíbrio, são as chamadas cláusulas abusivas. Podem ser conceituadas como sendo aquelas em que uma parte se aproveita de sua posição de superioridade para impor em seu benefício vantagens excessivas, que destroem a relação de equivalência objetiva pressuposta pelo princípio da justiça contratual (cláusulas abusivas em sentido estrito ou propriamente ditas), escondendo-se muitas vezes atrás de estipulações que defraudam os deveres de lealdade e colaboração pressupostos pela boa-fé (cláusula surpresa). O resultado final será sempre uma situação de grave desequilíbrio entre os direitos e obrigações de uma e outra parte. (NORONHA, 1994, p. 248)

Já Valéria Silva Galdino enfatiza:

Apesar de as cláusulas abusivas aparecerem com maior frequência nos contratos celebrados mediante condições gerais, de adesão, de consumo, isso não significa que elas sejam privativas deles, podendo manifestar-se em outras figuras contratuais regidas pelo Código Civil ou pelo Código Comercial, sejam nominados ou inominados. (GALDINO, 2001, p.14)

Com isso, vale destacar que embora estejam presentes com mais frequência nos contratos de adesão, onde as condições são estabelecidas de forma unilateral, geralmente pelas empresas, as cláusulas abusivas não se limitam aos mesmos, uma vez que com a preponderância do fornecedor em relação ao consumidor, essas cláusulas podem estar presentes em qualquer contrato de consumo, sendo ele escrito ou verbal.

2.4. NULIDADE ABSOLUTA

O *caput* do artigo 51 do Código de Defesa do Consumidor, já dispõe em seu texto “são nulas de pelo direito”, portanto, iniciarei este tópico abordando o conceito de nulidade e onde se aplica acerca das cláusulas abusivas.

Sendo assim, nulidade se refere a um termo jurídico que indica a anulação ou invalidação de um documento, devido a algum vício ou irregularidade, como se nunca houvesse existido. Desta forma, no CDC, assim como em outras legislações, a nulidade, diretamente ligada aos contratos de consumo, está relacionada aos contratos que possuem vícios tão

graves e insanáveis, que tornam inválidas a sua existência desde o início, como se nunca tivesse sido celebrado, tendo seus efeitos retroativamente anulados.

Seguindo o conceito de nulidade, diferentemente do Código Civil, que reconhece os dois tipos de nulidade, a absoluta (invalidade de pleno direito do artigo 166) e a relativa (anulabilidade do artigo 171), o Código de Defesa do Consumidor reconhece apenas a nulidade absoluta de pleno direito, pois estabelecem que as normas reguladoras das relações de consumo sejam de ordem pública e interesse social, sendo caracterizada por seu caráter grave, relacionadas a vícios que violam princípios ou normas do ordenamento jurídico, sendo esta reconhecida pelo próprio juiz ou por qualquer parte envolvida no contrato.

Sobre a forma de reconhecimento da nulidade das cláusulas abusivas, Nelson Nery Júnior dispõe:

A nulidade da cláusula deve ser reconhecida judicialmente, por meio de ação direta (ou reconvenção), de exceção substancial alegada em defesa (contestação), ou, ainda, por ato ex officio do juiz. A sentença que reconhece a nulidade não é declaratória, mas constitutiva negativa. Quanto à subsistência da relação jurídica de consumo contaminada por cláusulas abusiva, o feito da sentença judicial que reconhece a nulidade da cláusula abusiva é ex tunc, pois desde a conclusão do negócio jurídico de consumo já preexistia essa situação de invalidade, de sorte que o magistrado somente faz reconhecer essa circunstância fática anterior à propositura da ação. (NERY JUNIOR, 2007, p. 582)

A nulidade absoluta foi consagrada pelo Código Civil, em seu art. 166.⁴ A nulidade relativa também está disposta no Código Civil: “Além dos casos expressamente declarados na lei, é anulável o negócio jurídico: I - por incapacidade relativa do agente; II - por vício resultante de erro, dolo, coação, estado de perigo, lesão ou fraude contra credores.” (BRASIL, 2002, p.1)

João Batista de Almeida (2009) comenta que, após a tipificação das cláusulas abusivas, estas foram sancionadas como absolutamente nulas, com as decorrentes consequências jurídicas: tais cláusulas nunca terão eficácia; não convalidam pela passagem do tempo, nem pelo fato de não serem alegadas pelo interessado; podem ser pronunciadas de ofício

⁴ Art. 166. É nulo o negócio jurídico quando: I - celebrado por pessoa absolutamente incapaz; II - for ilícito, impossível ou indeterminável o seu objeto; III - o motivo determinante, comum a ambas as partes, for ilícito; IV - não revestir a forma prescrita em lei; V - for preterida alguma solenidade que a lei considere essencial para a sua validade; VI - tiver por objetivo fraudar lei imperativa; VII - a lei taxativamente o declarar nulo, ou proibir-lhe a prática, sem cominar sanção.

pelo juiz, dispensando arguição da parte; não são supríveis e não produzem qualquer efeito jurídico, pois a declaração de nulidade retroage à data da contratação (ex tunc).

No julgado abaixo, tem-se um exemplo de cláusula contratual abusiva, cuja nulidade foi reconhecida pelo TJ-SP:

APELAÇÃO. ESTABELECIMENTO DE ENSINO. AÇÃO MONITÓRIA. INDEFERIMENTO DO REQUERIMENTO DE TRANCAMENTO DA MATRÍCULA POR EXTEMPORANEIDADE. CLÁUSULA CONTRATUAL ABUSIVA. NULIDADE RECONHECIDA. INTELIGÊNCIA DO ART. 51, IV E § 1º, DO CDC. SENTENÇA MANTIDA. RECURSO IMPROVIDO. Incontroverso nos autos que o aluno requereu o trancamento da matrícula porque seu genitor ficou desempregado, impossibilitando a continuidade do curso por não poder arcar com os pagamentos das mensalidades naquele período. A cláusula restritiva invocada pela instituição de ensino é nula, pois restou evidenciado abuso na cláusula contratual que restringiu o direito ao trancamento do curso pelo consumidor fora do período estabelecido no calendário escolar. Isso vai de encontro à boa-fé objetiva que deve permear os contratos, havendo nítido desequilíbrio contratual em prejuízo do consumidor, devendo ser coibido. Nesse aspecto, incide o disposto no art. 51, IV, e § 1º, do CDC, impondo-se o reconhecimento da nulidade da referida cláusula contratual. Caso contrário, o consumidor seria colocado em posição de desvantagem exagerada, incompatível com a boa-fé ou a equidade. E, também, seria obrigado a pagar pelo curso que não frequentou, como pretende a ora apelante, o que caracterizaria o enriquecimento ilícito da instituição de ensino, tendo em vista que não frequentou o curso após o requerimento de trancamento. (TJSP. Processo nº 1084401-13.2017.8.26.0100, Relator: Adilson de Araujo. Data do Julgamento: 15/08/2018, Data da Publicação: 17/08/2018)⁵

Já o Tribunal de Justiça do Paraná:

RECURSO INOMINADO. AÇÃO DECLARATÓRIA DE RESCISÃO DE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE BUFFET DE CASAMENTO. RESCISÃO DO CONTRATO EM RAZÃO DO CANCELAMENTO DO CASAMENTO. DECLARADA A NULIDADE DE CLÁUSULA CONTRATUAL QUE PREVÊ A RETENÇÃO ABUSIVA E EXCESSIVAMENTE ONEROSA AO CONSUMIDOR. AUSÊNCIA DE PROVAS DE QUE A FORNECEDORA TENHA DESPENDIDO VALORES COM ANTECIPAÇÃO DOS PREPARATIVOS DA FESTA. MULTA CONTRATUAL LIMITADA À 10% SOBRE O VALOR DO CONTRATO. APLICAÇÃO DO ART. 51, IV, DO CDC. SENTENÇA PARCIALMENTE REFORMADA. Recurso da ré conhecido e desprovido. Recurso da autora conhecido e parcialmente provido (TJPR - 1ª Turma Recursal - 10077-45.2017.8.16.0018 - Maringá - Rel.: Juiz Nestario da Silva Queiroz - J. 20.04.2020)⁶

⁵ Disponível em: < <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/614613309>> Acesso em: 04/08/2023

⁶ Disponível em: < <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-pr/1848516283>> Acesso em: 04/08/2023

Sendo assim, entende-se que as cláusulas consideradas abusivas não produzem efeito algum. Podem ter sido elaboradas e inseridas no contrato, no entanto, nascem nulas.

Ainda assim:

Sendo matéria de ordem pública (art. 1º, CDC), a nulidade de pleno direito das cláusulas abusivas nos contratos de consumo não é atingida pela preclusão, de modo que pode ser alegada no processo a qualquer tempo e grau de jurisdição, impondo-se ao juiz o dever de pronunciá-la de ofício. [...] (GRINOVER, 2004, p. 558)

Com base na análise de Grinover, é possível afirmar que a ação constitutiva negativa é imprescritível, uma vez que o Código não se preocupou em fixar nenhum prazo para pleitear em juízo a nulidade das cláusulas consideradas abusivas.

O STJ também tem atuado nesse sentido:

DIREITO DO CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. TÍTULOS DE CAPITALIZAÇÃO. RESGATE ANTECIPADO. CLÁUSULA INSTITUIDORA DE PRAZO DE CARÊNCIA. ABUSIVIDADE. OCORRÊNCIA. 1. Os títulos de capitalização não se confundem com investimentos ou contratos de consórcio. 2. O desenho legal dos títulos de capitalização tem em sua essência o desestímulo à desistência e o incentivo à pontualidade das aplicações, afastando-se qualquer fundamento teleológico para a instituição de prazo de carência para devolução da cota capitalizada ao consumidor. 3. A previsão de faculdade, em favor da sociedade de capitalização, para instituição do prazo de carência, prevista no 23, § 1º, da Circular SUSEP nº 365/08, ofende a finalidade da atuação estatal que, segundo o art. 2º do Decreto-Lei nº 261/67, deve ser exercido "no interesse dos portadores de títulos de capitalização". 4. Por contrariar as finalidades legalmente previstas, bem como por ofender os critérios de razoabilidade, a previsão contratual de prazo de carência para devolução de valores relativos à cota de capitalização é abusiva. 5. Negado provimento ao recurso especial. (STJ. REsp nº 1.354.963 - SP (2011/0209989-2). Relator: Ministro Sidnei Beneti. Data do Julgamento: 19/02/2013. Data de publicação: 22/02/2013)⁷

Nota-se que, ao comprar o título de capitalização, havia uma cláusula que previa prazo de carência para seu resgate, entendida como abusiva pelo STJ, afinal, o resgate deve ser assegurado ao consumidor a qualquer tempo.

⁷ Disponível em: < <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/865442318> > Acesso em: 04/08/2023

2.5. PRÁTICA ABUSIVA

Feita toda introdução acerca do Código de Defesa do Consumidor, insta demonstrar na prática uma conduta abusiva e a efetiva aplicação do referido diploma legal.

Uma forma de prática abusiva é aquela em que a vítima é claramente uma pessoa vulnerável. Vejamos:

APELAÇÃO CÍVEL. RESCISÃO CONTRATUAL COM REPETIÇÃO DO INDÉBITO EM DOBRO E INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. COMPRA E VENDA. COLCHÃO MAGNÉTICO. CONSUMIDOR IDOSO. VULNERABILIDADE CARACTERIZADA. DANO MORAL CONFIGURADO. VALOR. MANUTENÇÃO. REPETIÇÃO DE INDÉBITO. DOBRO. RECURSO NÃO PROVIDO. Por se tratar de relação de consumo, tem-se que ao caso incide o disposto nos arts. 46, 51 e 66 do CDC, de modo que comete ato ilícito o vendedor que, no momento da venda, presta informação falsa ao consumidor ou que os faça incidir em alguma espécie de erro ou vício. Evidente a atuação indevida de representantes dos fornecedores de produtos e serviços no sentido de ludibriar e se aproveitar da vulnerabilidade dos consumidores com intuito de realizar um contrato para compra de um colchão em valor totalmente sem correspondência com a aposentadoria percebida pelos idosos. O negócio jurídico entabulado - contrato de compra e venda de colchão -- é anulável, mormente se há presença de vício de consentimento no erro (art. 138 do CC), que foi perpetrado pela indução da apelante quando da celebração do respectivo negócio jurídico. Deve ser levada em consideração todas as manobras de venda realizadas em residências de idosos, cujos vendedores se aproveitam da humildade destes para realizar os negócios. Cabível a repetição do indébito na forma dobrada. Para sua configuração, é necessário o preenchimento de 2 requisitos: cobrança imprópria e pagamento do valor indevidamente cobrado, conforme previsto no art. 42 § único do CDC. No tocante aos danos morais, sofre abalo moral passível de indenização o consumidor que foi enganado na sua boa fé, somado ao fato de que a parte apelante se prevalece da fraqueza do demandante, configurando a prática abusiva que é condenada pelo CDC. Nestes casos, os danos morais são in re ipsa e decorrem da própria situação narrada. (TJ-RO, Processo nº 7003942-91.2021.822.0002, 1ª Câmara Cível, Relator: Des. Sansão Saldanha, Data de julgamento: 16/05/2023, Data da Publicação: 18/05/2023)⁸

Nota-se que, no caso acima, foi violado de forma cristalina o princípio da transparência, uma vez que o consumidor, pessoa idosa, não foi informado corretamente sobre o produto que estava adquirindo, de forma que aceitou pagar por ele um valor incompatível com os benefícios reais. Faz-se necessária, portanto, a aplicação do princípio da vulnerabilidade no momento da prolação da decisão judicial, visando proteger os direitos do consumidor.

Recentemente, com sucessos de bilheteria em cartaz nos cinemas do Brasil, houve o retorno da discussão sobre o consumo de alimentos no interior das salas de cinema. Nesse sentido, já decidiu o STJ:

⁸ Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-ro/1841550576>> Acesso em: 04/08/2023

ADMINISTRATIVO. RECURSO ESPECIAL. APLICAÇÃO DE MULTA PECUNIÁRIA POR OFENSA AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. OPERAÇÃO DENOMINADA 'VENDA CASADA' EM CINEMAS. CDC, ART. 39, I. VEDAÇÃO DO CONSUMO DE ALIMENTOS ADQUIRIDOS FORA DOS ESTABELECIMENTOS CINEMATOGRAFICOS. 1. A intervenção do Estado na ordem econômica, fundada na livre iniciativa, deve observar os princípios do direito do consumidor, objeto de tutela constitucional fundamental especial (CF, arts. 170 e 5º, XXXII). 2. Nesse contexto, consagrou-se ao consumidor no seu ordenamento primeiro a saber: o Código de Defesa do Consumidor Brasileiro, dentre os seus direitos básicos "a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações" (art. 6º, II, do CDC). 3. A denominada 'venda casada', sob esse enfoque, tem como ratio essendi da vedação à proibição imposta ao fornecedor de, utilizando de sua superioridade econômica ou técnica, opor-se à liberdade de escolha do consumidor entre os produtos e serviços de qualidade satisfatória e preços competitivos. 4. Ao fornecedor de produtos ou serviços, conseqüentemente, não é lícito, dentre outras práticas abusivas, condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço (art. 39, I do CDC). 5. A prática abusiva revela-se patente se a empresa cinematográfica permite a entrada de produtos adquiridos nas suas dependências e interdita o adquirido alhures, engendrando por via oblíqua a cognominada 'venda casada', interdição inextensível ao estabelecimento cuja venda de produtos alimentícios constituiu a essência da sua atividade comercial como, verbi gratia, os bares e restaurantes. 6. O juiz, na aplicação da lei, deve aferir as finalidades da norma, por isso que, in casu, revela-se manifesta a prática abusiva. 7. A aferição do ferimento à regra do art. 170, da CF é interdita ao STJ, porquanto a sua competência cinge-se ao plano infraconstitucional. 8. Inexiste ofensa ao art. 535 do CPC, quando o Tribunal de origem, embora sucintamente, pronuncia-se de forma clara e suficiente sobre a questão posta nos autos. Ademais, o magistrado não está obrigado a rebater, um a um, os argumentos trazidos pela parte, desde que os fundamentos utilizados tenham sido suficientes para embasar a decisão. 9. Recurso especial improvido. (STJ - REsp: 744602 RJ 2005/0067467-0, T1 - Primeira Turma, Relator: Ministro Luiz Fux, Data de Julgamento: 01/03/2007, Data de Publicação: 15.03.2007)⁹

Como afirmado no julgado acima, não é lícito ao cinema proibir a entrada de alimentos adquiridos em outros estabelecimentos. Trata-se de uma prática abusiva, mais especificamente conhecida como venda casada.

Ainda sobre venda casada, decidiu o TJ-BA:

RECURSO INOMINADO. DIREITO DO CONSUMIDOR. COMPRA E VENDA DE PRODUTO (SMARTPHONE). APARELHO VENDIDO SEM O ADAPTADOR DE ENERGIA/CARREGADOR. NOVA POLÍTICA DA APPLE. VIOLAÇÃO AOS DIREITOS DO CONSUMIDOR. COMPONENTE ESSENCIAL AO FUNCIONAMENTO DO APARELHO CELULAR. PRÁTICA QUE CONFIGURA VENDA CASADA, POR VIA INDIRETA. SENTENÇA DE PRIMEIRO GRAU QUE JULGOU PARCIALMENTE PROCEDENTE PARA CONDENAR AS EMPRESAS RÉIS A FORNECEREM O ADAPTADOR DE ENERGIA COMPATÍVEL AO APARELHO ADQUIRIDO. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO. (...). No mérito, a parte autora alega ter adquirido um iPhone 11, preto, 256GB, em 12/11/2020, no valor de R\$ 5.604,05 (-), fabricado pela Apple e comercializado pela Magazine Luiza, e que, ao verificar o conteúdo da caixa, não havia adaptador de

⁹ Disponível em: < <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/stj/23734> > Acesso em: 04/08/2023

energia, utilizado para o carregamento do aparelho. Moveu a presente ação buscando obrigação de fazer no sentido de compelir as acionadas ao fornecimento do adaptador e indenização por danos morais. A sentença de mérito foi de parcial procedência, determinando a entrega compulsória do referido adaptador pelas acionadas, sob pena de conversão em perdas e danos (...) inicialmente, pontuo que o aparelho objeto dos autos funciona com bateria recarregável e sempre foi comercializado com o carregador, acessório essencial ao regular funcionamento do produto. Por isso, o celular, fornecido sem o adaptador que permite o seu carregamento, se revela imprestável aos fins econômicos a que se destina. Ora, tratando-se de bem durável e inconsumível na acepção jurídica do termo (bem que admite a utilização reiterada sem a sua destruição/inutilização) o aparelho celular deve ser fornecido juntamente com o seu carregador, sob pena de impor ônus desproporcional ao consumidor (art. 39, V, CDC), que adquiriu o produto de alto custo em relação aos seus pares. Ademais, a ao fornecer o aparelho sem o seu adaptador, a fabricante Apple condiciona o consumo ou aproveitamento econômico do bem à aquisição de outro produto: adaptador agora somente disponível para venda em separado, nas lojas da acionada. Nesse ponto, entendo que tal prática se identifica com a venda casada, pelo fato de impor, ainda que indiretamente, a compra de outro bem com a finalidade de utilizar o aparelho celular. (...). Portanto, sob a justificativa de proteção ao meio ambiente, a empresa ré passa a reduzir os seus custos, deixando de fornecer produto essencial ao funcionamento do aparelho, além de majorar os seus lucros, tornando os consumidores cativos da aquisição dos adaptadores. (...) CONHECER E NEGAR PROVIMENTO aos recursos (...). (TJ-BA. RI: 01746951720208050001, Relator: Eliene Simone Silva Oliveira, Quinta Turma Recursal, Data de Julgamento: 06/08/2021, Data de Publicação: 10/08/2021.).¹⁰

Trata-se, portanto, de prática abusiva a venda de celular sem carregador, além de configurar venda casada. Ora, se para usar o celular é necessário que o mesmo esteja carregado, é impossível o uso constante do produto sem que outro produto, o carregador, seja adquirido.

É importante destacar que determinadas práticas abusivas podem ser configuradas ainda que não expressas em cláusulas contratuais abusivas. Vejamos:

RECURSO INOMINADO. FURTO DE VEÍCULO EM ESTACIONAMENTO DE SUPERMERCADO. DANOS MORAIS CONFIGURADOS. QUANTUM ARBITRADO EM R\$ 5. 000,00 (cinco mil reais). SUFICIENTE. SENTENÇA MANTIDA POR SEUS PRÓPRIOS FUNDAMENTOS. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. (TJPR - 1ª Turma Recursal - XXXXX-84.2017.8.16.0030 - Foz do Iguaçu. Rel.: Nestario da Silva Queiroz. Julgado em: 25.04.2018, publicado em: 27/04/2018)¹¹

O consumidor, ao deixar seu veículo no estacionamento do supermercado, dirige-se ao interior do estabelecimento para fazer compras. Portanto, é responsabilidade do supermercado o zelo pelos veículos estacionados, sendo prática abusiva a presença de

¹⁰ Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/621820458/peca-peticao-inicial-tjgo-acao-de-indenizacao-por-danos-materiais-e-morais-processo-civel-e-do-trabalho-recursos-recurso-inominado-civel-contra-apple-computer-brasil-1909145167>> Acesso em: 04/08/2023

¹¹ Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-pr/1857946568>> Acesso em: 04/08/2023

avisos como “Não nos responsabilizamos por eventuais danos causados aos veículos aqui estacionados”.

Outra prática abusiva bastante conhecida é o cartão de crédito consignado, ou Reserva de Margem Consignável (RMC), onde o banco envia um cartão de crédito ao aposentado ou pensionista e desconta mensalmente o equivalente à 5% (cinco por cento) referente a seu benefício.

Normalmente, o consumidor sequer solicita o referido cartão de crédito consignado, tratando-se assim de uma prática abusiva nos moldes do artigo 39, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor: “Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [...] III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;” (BRASIL, 1990, p.1)

Quando apresentado o contrato de adesão do cartão de crédito consignado, nota-se a divergência de assinatura, tratando-se de um golpe aplicado pela instituição bancária:

RESPONSABILIDADE CIVIL Contratação de cartão de crédito consignado (RMC) Regularidade da pactuação não comprovada pela instituição bancária Perícia grafotécnica que atestou a inautenticidade da assinatura atribuída à demandante, aposta nos instrumento contratual apresentado pelo demandado - Falha da prestação dos serviços que evidencia a responsabilidade do banco pelos prejuízos causados - Dever de indenizar configurado Dano moral caracterizado - Infortúnio sofrido pela autora que não pode ser alçado à categoria de mero aborrecimento cotidiano, na medida em que os acontecimentos acarretaram inegável aflição e receio pela privação material de recursos seus, sem contar o desgaste de ter que mobilizar o Judiciário para a satisfação do direito visado, tudo a ensejar desconforto, tensão e angústia Valor - R\$5.000,00 Observância do princípio da razoabilidade, da finalidade de desestimular condutas como as dos autos e oferecer certo conforto ao lesado, sem favorecer seu enriquecimento sem causa, bem ainda dos parâmetros da jurisprudência Danos materiais verificados, consubstanciados nos descontos indevidos das parcelas do benefício previdenciário da demandante Restituição das parcelas indevidamente descontadas que deve ocorrer de forma simples, e não em dobro, porquanto ausente prova da má-fé do réu na cobrança – SENTENÇA REFORMADA EM PARTE - RECURSO PROVIDO EM PARTE. (TJSP. Processo nº 1005308-58.2020.8.26.0047. Relator: HERALDO DE OLIVEIRA. Data do Julgamento: 30/03/2023, Data da Publicação: 03/04/2023).¹²

12

Disponível

em:

<<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/search.do;jsessionid=17152617A84E39C8518203D2FFD3F6B2.cposg2?conv ersationId=&paginaConsulta=0&cbPesquisa=NUMPROC&numeroDigitoAnoUnificado=1005308-58.2020&foroNumeroUnificado=0047&dePesquisaNuUnificado=1005308-58.2020.8.26.0047&dePesquisaNuUnificado=UNIFICADO&dePesquisa=&tipoNuProcesso=UNIFICADO>> Acesso em: 04/08/2023

De outra banda, por vezes o consumidor solicita um empréstimo consignado, entretanto, a este é condicionado o empréstimo na modalidade de cartão de crédito, sendo clara a venda casada:

APELAÇÃO – CARTÃO DE CRÉDITO COM RESERVA DE MARGEM CONSIGNÁVEL – AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO C/C INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E REPETIÇÃO DO INDÉBITO – SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA – RECURSO DO AUTOR – CARTÃO DE CRÉDITO CONSIGNADO, COM ROUPAGEM DE EMPRÉSTIMO CONSIGNADO TRADICIONAL – EMPRÉSTIMO DIRETO NA CONTA-CORRENTE DO AUTOR, COM DEDUÇÃO INTEGRAL NA FATURA DO CARTÃO DE CRÉDITO – INDUÇÃO EM ERRO ESSENCIAL QUANTO À NATUREZA DO NEGÓCIO JURÍDICO – ANULAÇÃO, NOS TERMOS DO ARTIGO 138 DO CÓDIGO CIVIL – INCABÍVEL A DEVOLUÇÃO EM DOBRO DAS QUANTIAS PAGAS, POIS HOVE EMPRÉSTIMO EFETIVO, QUE DEVERÁ SER RECALCULADO EM CUMPRIMENTO DE SENTENÇA – DANOS MORAIS – INOCORRÊNCIA – DIREITOS DA PERSONALIDADE QUE NÃO FORAM VIOLADOS – ALTERAÇÃO DA DISCIPLINA SUCUMBENCIAL. (TJSP. Processo nº 1006995-41.2018.8.26.0047. Relator: EDGARD ROSA. Data do Julgamento: 09/05/2019, Data da Publicação: 14/05/2019).¹³

Nos termos do artigo 39, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor, também é prática abusiva a venda casada: “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, p.1)

Ademais, nessa modalidade de empréstimo, o consumidor vítima paga a vida inteira, uma vez que são parcelas infindáveis, pagando apenas juros e nunca descontando o valor da dívida originária, isso caso o consumidor realmente contratou empréstimo nessa modalidade.

Também está prevista a relação de consumo entre as partes, pois o consumidor é hipossuficiente e está diante uma instituição bancária que é imensurável seu poderio econômico, portanto, de rigor é a aplicação do Código de Defesa do Consumidor.

13

Disponível

em:

<<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/search.do;jsessionid=17152617A84E39C8518203D2FFD3F6B2.cposg2?conversationId=&paginaConsulta=0&cbPesquisa=NUMPROC&numeroDigitoAnoUnificado=1006995-41.2018&foroNumeroUnificado=0047&dePesquisaNuUnificado=1006995-41.2018.8.26.0047&dePesquisaNuUnificado=UNIFICADO&dePesquisa=&tipoNuProcesso=UNIFICADO>>
Acesso em: 04/08/2023

Nesse compasso, há de se aplicar a inversão do ônus probatório em desfavor da instituição bancária, nos moldes do artigo 6º, inciso VIII, do Código de Defesa do Consumidor, facilitando a defesa da vítima.¹⁴

A fraude comentada causa danos ao direito individual do consumidor, pois este tem de seu benefício valor retirado mensalmente sem sua anuência ou consentimento, extrapolando também a esfera material, pois invade sua privacidade e intimidade, passível de indenização.

Com a formalização do contrato falso, a instituição bancária infringe o princípio da boa-fé objetiva, pois, sem o consentimento do consumidor, inclui um cartão de crédito consignado não autorizado no benefício previdenciário e desconta mensalmente valores indevidos, portanto, não há que se falar em lealdade contratual pela ausência de anuência do consumidor vítima.

Não fosse só, é cristalina a ofensa a dignidade da pessoa humana, ora, o consumidor teve sua capacidade financeira drasticamente reduzida, prejudicando sua subsistência, pois já percebe parcos valores referentes a seu benefício previdenciário.

Assim, faz jus a indenização por danos morais em virtude ao desrespeito ao princípio da dignidade da pessoa humana, presente na Carta Magna/88, art. 5º, incisos V e X:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...]

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem; [...]

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação; (BRASIL, 1988, p.1)

Nessa esteira, assim aduz a jurisprudência dominante:

APELAÇÃO - AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE NEGÓCIO JURÍDICO COM PEDIDO DE REPETIÇÃO DO INDÉBITO C.C. INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. CONTRATO BANCÁRIO - Cartão de crédito com reserva de margem consignável - Nulidade - Manutenção - Ausência de comprovação de que a consumidora tenha manifestado inequivocamente sua vontade - Ausência da juntada do contrato - Ônus da prova que incumbia ao requerido - Inexigibilidade do débito - DANO MORAL - Ocorrência - Indenização - Cabimento - Dano in re ipsa

¹⁴ Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências.

que existe somente pela ofensa - Valor fixado em R\$10.000,00 (dez mil reais) - Redução - Não acolhimento - Observância dos princípios da proporcionalidade, razoabilidade e adequação - REPETIÇÃO DO INDÉBITO - Modulação dos efeitos - Aplicação do entendimento firmado nos Embargos de Divergência em Agravo em Recurso Especial nº 676.608/RS da Corte Especial do Superior Tribunal de Justiça - Tema 929 - Restituição que deverá ser realizada de forma simples para os descontos realizados no benefício previdenciário da autora até 30/03/2021 e, em dobro, para as parcelas descontadas após esta data - JUROS DE MORA - Termo inicial - Reconhecimento da nulidade do negócio jurídico firmado entre as partes - Responsabilidade extracontratual - Correção monetária mantida tal como fixada pelo d. Juízo a quo - Juros de mora de 1% (um por cento) que deverão ser contados ao mês a partir do evento danoso - Aplicação da Súmula nº 54 do STJ - Sentença de procedência dos pedidos reformada em parte - RECURSO DO RÉU NÃO PROVIDO - RECURSO DA AUTORA PARCIALMENTE PROVIDO. (TJSP. Processo nº 1016245-83.2021.8.26.0309. Relator: Lavínio Donizetti Paschoalão. Julgado em: 17/02/2023, publicado em: 24/02/2023.)¹⁵

Ainda, a vulnerabilidade do consumidor está presente, pois a grande maioria dos aposentados e pensionistas são idosos e não possuem amplo conhecimento acerca de seus direitos, nessa seara, as instituições bancárias se aproveitam da falta de saber das vítimas e retiram valores indispensáveis para sua subsistência.

Corroborando com a vulnerabilidade, na grande maioria destes contratos não é aplicado o princípio da isonomia, dado que apenas se aproveitam de idosos sem conhecimentos técnicos, fazendo clara distinção entre os consumidores e não ofertando o mesmo produto para todos.

Caso o consumidor expressamente queira um empréstimo consignado, conforme dito, é incluído o cartão de crédito consignado, alterando-se a modalidade do referido empréstimo e não atendendo a vontade do consumidor, sendo assim, há desvirtuo da realidade e não é informado ao consumidor, ferindo novamente um princípio exposto no Código de Defesa do Consumidor, não garantindo acesso às informações cruciais do contrato.

A adesão de cartão de crédito consignado é perfeitamente possível em nosso ordenamento jurídico, conforme pressupõe o artigo 6º, da Lei nº 10.820/03:

Art. 6º Os titulares de benefícios de aposentadoria e pensão do Regime Geral de Previdência Social e do benefício de prestação continuada de que trata o art. 20 da Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993, poderão autorizar que o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) proceda aos descontos referidos no art. 1º desta Lei e, de forma irrevogável e irretroatável, que a instituição financeira na qual recebam os seus

15

Disponível

em:

<<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/search.do;jsessionId=17152617A84E39C8518203D2FFD3F6B2.cposg2?conv ersationId=&paginaConsulta=0&cbPesquisa=NUMPROC&numeroDigitoAnoUnificado=1016245-83.2021&foroNumeroUnificado=0309&dePesquisaNuUnificado=1016245-83.2021.8.26.0309&dePesquisaNuUnificado=UNIFICADO&dePesquisa=&tipoNuProcesso=UNIFICADO>>
Acesso em: 04/08/2023

benefícios retenha, para fins de amortização, valores referentes ao pagamento mensal de empréstimos, financiamentos, cartões de crédito e operações de arrendamento mercantil por ela concedidos, quando previstos em contrato, na forma estabelecida em regulamento, observadas as normas editadas pelo INSS e ouvido o Conselho Nacional de Previdência Social. (BRASIL, 2003, p.1)

Entretanto, nos moldes que é realizado o contrato de adesão de cartão de crédito consignado não são respeitados os princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor, sendo límpida a prática abusiva cometida, pois o contrato nasce nulo ou é eivado de irregularidades.

Nesse norte, quando o consumidor não solicita nenhum tipo de empréstimo, o contrato claramente é nulo, pois ausente os requisitos para a formulação de um negócio jurídico, sendo que não há a vontade do consumidor.

Nos casos em que o contrato é desvirtuado a vontade do consumidor, pois este quer a realização de empréstimo consignado simples e não na modalidade de cartão, também é nulo o contrato realizado.

Outra irregularidade do referido contrato é a forma de pagamento imposta pela instituição bancária, tratando-se não de nulidade absoluta, e sim de cláusula abusiva, ora, são parcelas infundáveis, sempre descontando juros e nunca abatendo a dívida originária contraída, em outras palavras, é uma dívida impagável e perdura até a cessação do benefício previdenciário, tratando-se de juros abusivos:

INDENIZAÇÃO. DANOS MORAIS. CONFIGURAÇÃO. INSTITUIÇÃO APELANTE QUE SE VALE DA CONDIÇÃO DA APELADA PARA COBRAR JUROS EXTREMAMENTE ABUSIVOS E PROMOVENDO DESCONTOS QUE A PRIVAM DE CONDIÇÕES MÍNIMAS DE SOBREVIVÊNCIA CHEGANDO AO INACEITÁVEL PERCENTUAL DE 61,42% DOS SEUS PROVENTOS. CARACTERIZADA VIOLAÇÃO DOS PRINCÍPIOS MAIS COMEZINHOS REFERENTES À DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA. PRÁTICA COMERCIAL ABUSIVA. Apelante que se vale da condição de pessoa aposentada por invalidez e não alfabetizada da apelada para celebrar contrato em que lhe permite a cobrança de juros extremamente abusivos (22% ao mês e 987,22% ao ano). Prática abusiva (art. 39, IV e V, CDC). Contrato que deveria ter sido realizado por instrumento público para garantir que a apelada tivesse conhecimento do conteúdo e da extensão da obrigação assumida. Contrato declarado nulo de pleno direito, de ofício, com restituição ao "status quo ante". Cobrança de juros de 22% ao mês e 987,22% ao ano, que efetivamente atentam contra o princípio da função social do contrato. Comportamento da instituição financeira credora que viola o princípio da boa-fé objetiva com ofensa ao fundamento constitucional de proteção da dignidade da pessoa humana, tendo em vista que tal cobrança excessiva pode levar a pessoa natural, ainda mais, no caso concreto, à situação de penúria e miserabilidade. Descontos que chegaram a superar o percentual de 60% do benefício previdenciário da apelada, como já registrado, e que, com certeza, promoveram indevida

repercussão nas suas condições mínimas de sobrevivência. Dano moral configurado. Quantificação razoável. No presente recurso, em vista dos precedentes trazidos à baila, devidamente enumerados, a turma julgadora reconhece indícios da existência do denominado dano social, que pode ter as repercussões próprias, caso as Nobres Instituições a quem peças integrais dos autos devem ser, de pronto, remetidas, tomem, respeitado o insuperável livre convencimento de tais Entidades, as providências próprias, inerentes e atinentes à espécie, de sua titularidade. Remessa de peças ao Nobre Ministério Público do Estado de São Paulo, à Nobre Fundação Procon/SP Diretoria Executiva, e Banco Central do Brasil BACEN. Recurso não provido, decretada a nulidade, de ofício, do contrato copiado a fls. 15/17, com determinação. (TJSP. Processo nº 1001176-39.2016.8.26.0615. Relator: Roberto Mac Cracken. Data do julgamento: 29/09/2017, Data da Publicação: 04/10/2017)¹⁶

Com isso, o consumidor tem direito a reparação dos danos causados, bem como, a instituição bancária responde objetivamente, independente de dolo ou culpa, na forma do artigo 14, Código de Defesa do Consumidor.¹⁷

Ademais, é direito básico do consumidor a proteção de danos patrimoniais e morais, previsto no artigo 6º, inciso VI, do Código de Defesa do Consumidor:

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

Portanto, está demonstrado um exemplo de prática abusiva e a força do Código de Defesa do Consumidor em sua aplicação, igualando a relação jurídica entre as partes e carregando a instituição bancária comprovar a legalidade dos descontos efetuados, sob pena de nulidade do negócio jurídico praticado, caso não tenha observado os preceitos legais.

¹⁶ Disponível em: < <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-sp/504970452>> Acesso em: 04/08/2023

¹⁷ Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em todo exposto acima, podemos concluir que a vinda do Código de Defesa do Consumidor nos trouxe um grande avanço em face do reconhecimento dos direitos básicos ao indivíduo, sendo uma norma instituída com o objetivo de equilibrar as relações jurídicas de consumo, seguindo o princípio fundamental da boa-fé objetiva, em razão da vulnerabilidade dos consumidores em relação os fornecedores, cumprindo com a função social dos contratos.

Desse modo, pode-se afirmar que com o grande desenvolvimento econômico as relações de consumo aumentaram, logo, com o aumento da complexidade das atividades comerciais, os contratos tendem a estarem cada vez mais presentes em nosso cotidiano.

Sendo assim, o contrato tem por finalidade estabelecer e formalizar um acordo entre as partes, regulamentando as obrigações, através de cláusulas, que os sujeitos devem ter em relação uns aos outros.

Ocorre que, nem sempre essas cláusulas estão conforme previstas na lei, pois é importante que sejam redigidas de forma clara, precisa e abrangente, o que muitas vezes deixam a desejar pelos fornecedores, deixando o consumidor, parte vulnerável da relação, em desvantagem.

Atualmente, essas cláusulas abusivas representam uma preocupação significativa nos contratos modernos, dada a sua capacidade de impor desequilíbrios nas relações de consumo, prejudicando os direitos e interesses dos consumidores. Posto isso, a nulidade dessas devidas cláusulas e a possibilidade de reparação dos consumidores lesados por elas, são medidas essenciais para preservar a justiça e a transparência nas relações comerciais.

Desta maneira, ao promover uma cultura de transparência e responsabilidade, o Código de Defesa do Consumidor é extremamente necessário para que haja um mercado mais justo e confiável para todas as partes envolvidas em na relação de consumo.

Ainda, ao trazer um rol exemplificativo das cláusulas abusivas, o Código de Defesa do Consumidor segue com seu propósito de atender o interesse social, uma vez estar previsto na Lei nº 12.291/2010, a sua obrigatoriedade em estar disponibilizado um exemplar do CDC em local visível e de fácil acesso aos consumidores em todos os estabelecimentos que

forneçam de alguma forma, algum produto ou serviço para consumo. Assim, os consumidores têm a oportunidade de se informar sobre seus direitos antes de realizarem compras ou contratarem algum tipo de serviço.

Além disso, a presença física de um exemplar do CDC em locais onde há relação de consumo auxilia na disseminação de informações sobre os direitos que os consumidores têm, que muitas vezes não são reconhecidos pelos mesmos, promovendo uma cultura de respeito às normas de proteção do consumidor. No entanto, caso algum estabelecimento não cumpra essa exigência prevista em lei, os consumidores podem tomar medidas cabíveis, denunciando a situação aos órgãos de defesa do consumidor, como o PROCON, o que acarretará sanções ao devido estabelecimento, incluindo advertência, multas e outras medidas cabíveis, conforme previsto na legislação.

Além de tudo, fica evidente que a conscientização e educação dos consumidores são fundamentais para que possam reconhecer e evitar o contentamento acerca das cláusulas abusivas, pois é através do conhecimento de seus direitos e a plena capacidade de identificar as práticas desleais que se tornam empoderados, tornando-se agentes ativos na defesa de seus direitos.

Assim, é de extrema importância a atuação das autoridades de proteção ao consumidor, uma vez que a aplicação efetiva das normas de proteção se torna essencial para controlar a utilização de cláusulas que coloquem os consumidores em desvantagem excessiva.

Por fim, a presente monografia evidencia a relevância desse tema no campo do direito de consumidor, reforçando cada vez mais uma maior conscientização da sociedade. Sendo assim, um grande passo para que tenhamos uma sociedade mais justa e responsável nas relações de consumo, se faz necessário a busca por relações comerciais devidamente éticas e transparentes.

Em conclusão, deseja-se que a pesquisa possa orientar os consumidores quando forem pactuar contratos em relações consumeristas, alertando para que estejam sempre espertos a possíveis cláusulas que os coloquem em desvantagem, buscando sempre entender e firmar acordos que sejam melhores para si.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 7. ed. rev. E atual. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BARROSO, Luís Roberto. **Interpretação e aplicação da Constituição: Fundamentos de uma dogmática constitucional transformadora**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1999
- BESSA, Leonardo Roscoe; **Manual de Direito do Consumidor**; 3ª. Ed; São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.
- BRASIL. **CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm> Acesso em: 15 jul. 2023.
- BRASIL. **LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm> Acesso em: 15 jul. 2023.
- BRASIL. **LEI Nº 10.406, DE 10 DE JANEIRO DE 2002**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm> Acesso em: 15 jul. 2023.
- BRASIL. **LEI Nº 10.820, DE 17 DE DEZEMBRO DE 2003**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.820.htm> Acesso em: 11 jul. 2023.
- BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **REsp: nº 1.317.338 - MG 2011/0275068-0**, Relator: Ministro MAURO CAMPBELL MARQUES, Data de Julgamento: 19/03/2013, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 01/04/2013.
- BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **REsp nº 1.354.963 - SP (2011/0209989-2)**. Relator: Ministro Sidnei Beneti. Data do Julgamento: 19/02/2013. Data de publicação: 22/02/2013.
- BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **REsp: 744602 RJ 2005/0067467-0**, T1 - Primeira Turma, Relator: Ministro Luiz Fux, Data de Julgamento: 01/03/2007, Data de Publicação: 15.03.2007.
- BRASIL. Tribunal de Justiça de Minas Gerais. **AI: 05624182001 MG**, Relator: Luzia Divina de Paula Peixôto (JD Convocada), Data de Julgamento: 04/02/2021, Câmaras Cíveis / 3ª CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 05/02/2021.
- BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado da Bahia. **RI: 01746951720208050001**, Relator: Eliene Simone Silva Oliveira, Quinta Turma Recursal, Data de Julgamento: 06/08/2021, Data de Publicação: 10/08/2021.
- BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Processo nº 1001176-39.2016.8.26.0615**. Relator: Roberto Mac Cracken. Data do julgamento: 29/09/2017, Data da Publicação: 04/10/2017
- BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Processo nº 1084401-13.2017.8.26.0100**. Relator: Adilson de Araujo. Data do Julgamento: 15/08/2018, Data da Publicação: 17/08/2018.
- BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Processo nº 1005308-58.2020.8.26.0047**. Relator: HERALDO DE OLIVEIRA. Data do Julgamento: 30/03/2023, Data da Publicação: 03/04/2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Processo nº 1006995-41.2018.8.26.0047**. Relator: EDGARD ROSA. Data do Julgamento: 09/05/2019, Data da Publicação: 14/05/2019.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo. **Processo nº 1016245-83.2021.8.26.0309**. Relator: Lavínio Donizetti Paschoalão. Julgado em: 17/02/2023, publicado em: 24/02/2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios. **Acórdão 1262517, 07569535920198070016**, Relator: Arnaldo Corrêa Silva, Segunda Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, data de julgamento: 07/07/2020, Data de Publicação: 16/7/2020.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Estado de Rondônia. **Processo nº 7003942-91.2021.822.0002**, 1ª Câmara Cível, Relator: Des. Sansão Saldanha, data de julgamento: 16/05/2023, data de Publicação: 18/05/2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Paraná. 1ª Turma Recursal. **Processo nº 10077-45.2017.8.16.0018**. Rel.: Juiz Nestario da Silva Queiroz - J. 20.04.2020

CAVALIERI FILHO, Sergio; **Programa de Direito do Consumidor**: 3ª Ed; São Paulo: Atlas, 2011.

CHAVES, Silvia Fernandes. **A vulnerabilidade e a hipossuficiência do consumidor nas contratações eletrônicas**. Barueri, SP: Manole, 2015.

DELGADO, Mauricio Godinho. Os princípios na estrutura do Direito. **Brasília: Revista TST**, v. 75, 2009.

DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro - **Teoria Geral do Direito Civil**. 35ª ed. São Paulo: Saraiva, 2020.

GALDINO, Valéria Silva. **Cláusulas Abusivas**. São Paulo: Saraiva, 2001.

GOMES, Orlando. **Contratos**. Rio de Janeiro. Forense. 3ª ed. 1971.

GRINOVER, Ada Pellegrini, et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado Pelos Autores do Anteprojeto**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 558.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2001.

MELLO, Celso Antonio Brandeira de; **Curso de Direito Administrativo**; 8ª Ed; São Paulo: Malheiros, 1996.

MIGALHAS. **A eficácia das ações coletivas para a defesa dos direitos dos consumidores**. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/coluna/abc-do-cdc/381649/eficacia-das-acoes-coletivas-para-defesa-dos-direitos-dos-consumidores>> Acesso em: 12 mai. 2023.

NERY JUNIOR, Nelson e NERY, Rosa Maria; **Código Civil Comentado** 3ª edição. RT. 2005.

NERY JÚNIOR, Nelson et al. **Código brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

NORONHA, Fernando. **O Direito dos Contratos e Seus Princípios Fundamentais**. São Paulo: Saraiva, 1994. p. 248.

NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: direito material** - artigos 1º a 54. São Paulo: Saraiva, 2000.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos do Homem**. Disponível em: <<http://www.cep.ims.ufba.br/sites/cep.ims.ufba.br/files/documentos/internacionais/Declaracao%20Universal%20dos%20Direitos%20do%20Homem.pdf>> Aceso em: 10 jun. 2023.

PLÁCIDO E SILVA, Oscar José de. **Vocabulário Jurídico**. Ed. Forense. RJ. 20ª edição. 2002.

THEODORO JUNIOR, Humberto. **O contrato e sua função social**. Rio de Janeiro: Forense, 2003.