



**SILVA CASTRO
FRANCO PIN**
SOCIEDADE DE ADVOGADOS

INFORMATIVO 11 / 2025
**INEXISTÊNCIA DE “VENDA CASADA” EM ESCOLAS
QUE ADOTAM “SISTEMAS DE ENSINO”**

0 RESUMO = Algumas pessoas dizem que existiria prática ilegal de “venda casada” quando uma escola exige que o consumidor adquira livros junto a determinado “sistema de ensino”. Ocorre que, em tais situações, não há “venda casada” tampouco ilegalidade. Os detalhes estão abaixo.

0.1 O presente informativo reflete não apenas os entendimentos do Sinepe-DF, mas também é convergente com o Procon-DF. Isso de acordo com tratativas específicas ocorridas por ocasião da apresentação do órgão público no sindicato em 06\2\2025.

1 Antes de mais nada, é necessário definir o que seja “venda casada”:

Código de Defesa do Consumidor = *“Das Práticas Abusivas - Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (...) I - **condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos.**”*

Lei 12.509\2011 = *“Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:*

(...)

§ 3. *As seguintes condutas, além de outras, na medida em que configurem hipótese prevista no caput deste artigo e seus incisos, caracterizam infração da ordem econômica:*

(...)

XVIII - subordinar a venda de um bem à aquisição de outro ou à utilização de um serviço, ou subordinar a prestação de um serviço à utilização de outro ou à aquisição de um bem; e”

2 Ocorre que não há “venda casada” quando o criador do produto ou serviço concebeu o produto ou serviço com parâmetros mínimos que não podem ser fragmentados sem prejudicar a **natureza** deles.

3 O parágrafo 2 acima pode parecer muito abstrato. Por isso, alguns exemplos ajudam a compreendê-lo.

3.1 Quando um restaurante cria um prato (ex.: combinação de arroz mais feijão mais bife), é lícito que tal fornecedor opte por vender somente o prato completo, não aceitando que o consumidor compre “apenas o arroz” ou “apenas o feijão” ou “apenas a carne”. Idem para lanchonete que venda misto- quente, não admitindo que comprador exija “apenas o pão” ou “apenas o presunto” ou “apenas o queijo” sem **pagar** pelo conjunto.

3.2 Algo semelhante ao acima é a regra segundo a qual o formato final dos produtos industrializados é dada pelo fabricante; este é quem resolve, por exemplo, que cigarros virão em pacotes, sem “direito” de o consumidor comprar por unidade (a granel). Muitos fabricantes e comerciantes de cervejas vendem latas em “packs de seis unidades”, sem “direito do consumidor” de arrancar um item e pretender pagar por ele um sexto do preço total.

3.3 A lógica dos parágrafos acima existe por vários motivos, inclusive para organizar a produção, racionalizar a responsabilidade dos criadores e viabilizar um mercado efetivo.

4 Assim, será ilegal a “venda casada” quando o varejista exigir que o consumidor compre “dois perfumes” mesmo se o fabricante criou o produto com vasilhames individuais, sem necessidade de o comprador adquirir duas peças se não quiser.

4.1 Da mesma maneira, existe ilícita “venda casada” quando uma instituição financeira não aceita vender serviços de crédito (empréstimo) a menos que o tomador compre também um seguro de vida. Afinal, há impertinência contra o consumidor de lhe impor um “seguro” sendo que seu desejo é por “dinheiro”.

5 Voltando aos exemplos “alimentícios” do parágrafo 3 acima, não há venda casada quando um restaurante só aceita vender a garrafa de vinho inteira, sem atender à exigência do consumidor para comprar apenas um copo. CONTUDO há venda casada se um restaurante só aceitar vender seu prato (arroz com feijão e bife) se o cliente também comprar alguma sobremesa. Um prato pode muito bem ser consumido sem necessidade de posteriores doces; **é da natureza das coisas.**

6 Nas escolas particulares de todo o planeta, é comum, há séculos, que elas próprias definam quais livros devem ser adquiridos pelos estudantes a fim de que consigam acompanhar as aulas. É natural que os prestadores de serviços educacionais apontem quais as obras necessárias porque raramente os fornecedores de educação são também vendedores de livros.

6.1 Assim como não há venda casada quando um clube de natação exige que seus frequentadores tenham as adequadas roupas de banho, tampouco há venda casada quando colégios privados demandam que seus estudantes adquiram livros conforme parágrafo 6 acima.

7 Nos últimos cinquenta anos, no Brasil (e em muitos outros países), houve expansão dos “sistemas de ensino”, incluindo (em ordem alfabética) Anglo, COC, Etapa, FTD, Mackenzie, Objetivo, Poliedro, Positivo, SAS entre outros. Geralmente são grandes editoras que organizam livros didáticos em “pacotes” conforme cada série, e as escolas interessadas aderem, passando a pautar seus serviços de educação conforme referidos pacotes. Muitas vezes, os livros didáticos por meio de “sistemas de ensino” são relativamente módicos aos consumidores em razão das economias de escala, do pouco desperdício e da fabricação ao longo do ano em que o paulatino consumo acontecerá.

7.1 Da mesma maneira que não há “venda casada” nos diversos exemplos dos nossos parágrafos anteriores (2 até 6.1) tampouco há ilicitude no parágrafo 7 acima. As razões são várias. Dentre estas, a aceitação dos consumidores envolvidos e a **inevitabilidade pela própria natureza dos fatos** em questão.

8 As relações entre escolas, sistemas de ensino e consumidores estão ficando mais complexas, assim como em diversos outros mercados; vide entretenimento online e aplicativos de smartphones. No entanto, os princípios de sempre e os exemplos do presente informativo ainda são pertinentes. Isso porque as partes fundamentais persistem, como a validade dos

acordos entre elas e as imanências (natureza das coisas). Abaixo estão alguns exemplos.

8.1 Na última década, os “pacotes” vendidos pelas editoras às famílias passaram a incluir não apenas comércio e produtos propriamente ditos (livros físicos e\ou digitais), mas também certos serviços, como monitorias e avaliações online. No entanto persiste o princípio de que o protagonismo é de cada escola, vez que “o acessório (material didático) acompanha o principal (ensino) e não o inverso”.

8.2 O avanço de atos eletrônicos por parte das editoras (não apenas livros digitais, mas também serviços online) reforça como não há margem para cada família decidir adquirir apenas uma parte do pacote (livros) e não outra parte (serviços online). Muito menos há margem para a família querer impor uso de edição antiga, quando a escola demanda que a edição mais atualizada seja adquirida por cada consumidor.

9 Tudo considerado, as praxes das escolas particulares do DF são historicamente legítimas e lícitas, respaldadas nas autoridades, inclusive a respeito de “sistemas de ensino”. De qualquer maneira, para o que for preciso estamos sempre à disposição.

Brasília, 07 de fevereiro de 2025.

Henrique de Mello Franco
OAB/DF 23.016

Valério A. M. de Castro
OAB-DF 13.398