



ESCOLA DA MAGISTRATURA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

VENDA CASADA NA REVISÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES 0KM

Guilherme Regis Macedo

Rio de Janeiro  
2018

GUILHERME REGIS MACEDO

VENDA CASADA NA REVISÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES 0KM

Artigo científico apresentado como exigência de conclusão de Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Responsabilidade Civil e Direito do Consumidor da Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro.

Professores Orientadores:

Nelson C. Tavares Junior

Lucas Tramontano

Rio de Janeiro  
2018

## VENDA CASADA NA REVISÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES 0KM

Guilherme Regis Macedo

Graduado pela Faculdade de Direito Estácio de Sá.

**Resumo** – as definições de venda casada no direito geralmente se apresentam de forma ampla, contudo, no âmbito de venda de veículos necessita de um olhar mais crítico, razão pela qual, tornam-se intrigantes. Com o passar do tempo, as fabricantes de veículos automotores vêm tornando as peças mais frágeis e o prazo de garantia contratual maior, a fim de manter o consumidor dentro dessa cadeia de revisões obrigatórias sob a alegação da perda de garantia. A essência do trabalho é ampliar o conceito de venda casada, para que todo o ordenamento jurídico reconheça a prática abusiva das fabricantes ao condicionar a garantia contratual às revisões, sendo certo que é um dever do fornecedor e um direito do consumidor.

**Palavras-chave** – Direito do Consumidor; Venda Casada; Revisão de veículos automotores 0km.

**Sumário** – Introdução. 1. Conceito de venda casada de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e a ofensa aos princípios básicos. 2. Da prática abusiva das fabricantes ao vincular a garantia contratual à realização das revisões somente nas concessionárias autorizadas, em confronto com o direito de escolha do consumidor. 3. O direito do consumidor em realizar as revisões periódicas em oficina de sua confiança sem perder o benefício da garantia contratual. Conclusão. Referências.

### INTRODUÇÃO

A presente pesquisa científica procura discutir a possibilidade dos consumidores realizarem as revisões periódicas em seus veículos automotores, em oficinas especializadas, fora das concessionárias autorizadas, sem que percam o direito à garantia contratual, sendo certo que os consumidores ficam “presos” às autorizadas, com medo de perderem o direito à garantia contratual.

Para tanto, é preciso entender que o condicionamento de uma garantia à realização dos serviços e peças somente dentro das concessionárias autorizadas pela fabricante, configura venda casada, que é explicitamente vedado pelo Código de Defesa do consumidor.

É necessário visualizar o tema de forma ampla, haja vista que os consumidores não são prejudicados apenas quanto à venda casada, mas também pelo monopólio das fabricantes, que colocam preços exorbitantes nos serviços e peças, posto que sabem do medo que os consumidores têm de perder a garantia contratual.

O tema abordado é de ampla contradição, haja vista que de um lado tem o interesse das concessionárias em vender somente as peças feitas pela concessionária, de outro lado, o

direito dos consumidores em comprar peças originais, porém sem superfaturamento das concessionárias.

Assim, inicialmente procura-se definir o conceito de venda casada, para que estabeleça que a prática do condicionamento da garantia à realização dos serviços somente nos estabelecimentos vinculados à fabricante.

Na segunda seção, ultrapassada a conceituação de venda casada, aborda-se a prática abusiva das concessionárias ao vincular a garantia dos veículos que somente realizem as revisões dentro de seus estabelecimentos, em confronto com o direito de escolha do consumidor, tendo em vista que se tivesse a oportunidade de realizar em uma oficina especializada mais barata, o faria.

Por fim, busca-se demonstrar que o direito do consumidor escolher uma oficina de confiança, pode ser a melhor opção, tendo em vista que nas concessionárias os consumidores não têm acesso aos seus veículos para saberem se, de fato, as peças relacionadas no orçamento foram trocadas.

## 1. CONCEITO DE VENDA CASADA DE ACORDO COM O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A OFENSA AOS PRINCÍPIOS BÁSICOS.

De acordo com o CDC, configura prática abusiva, o condicionamento de um produto ou serviço à outro produto ou serviço, *in verbis*:

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;<sup>1</sup>

Assim, entende-se por venda casada, quando um consumidor, deseja adquirir um produto, mas é obrigado a levar conjuntamente outro, seja da mesma espécie ou não. Com efeito, o instituto da venda casada pode ser visualizado quando o fornecedor de produtos ou serviços condiciona que o consumidor só pode adquirir o primeiro se adquirir o segundo.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> BRASIL. *Lei nº 8.884*, de 11 de junho de 1994; Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8884.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8884.htm)>. Acesso em 04 jul. 2018.

<sup>2</sup> BRASIL. *Lei 8.078*, de 11 de setembro de 1990; Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm)>. Acesso em 04 jul. 2018; art. 39, inciso I.

Cumpra informar, que tal prática viola os princípios básicos dos consumidores, quais sejam, princípio da boa-fé objetiva, informação, vulnerabilidade, bem como o princípio da harmonização dos interesses, que serão demonstrados a seguir.

No que tange ao princípio da boa-fé objetiva em confronto com a presente problemática, deve-se observar a sua violação no momento em que a fabricante impõe a realização das revisões nas concessionárias autorizadas, com preços excessivamente onerosos para o consumidor, deixando assim, de atuar com seus deveres de honestidade, lealdade e informação.<sup>3</sup>

O princípio básico da informação está ligado ao indispensável equilíbrio entre as partes de uma relação de consumo, conforme aborda Rizzato Nunes<sup>4</sup>, que possibilita ao consumidor, a escolha consciente dos produtos e serviços disponíveis no mercado. Este princípio é essencial no presente artigo, tendo em vista que é direito do consumidor escolher a oficina que mais lhe agrada na hora de realizar a revisão. *In verbis*:

Dever de informar: com efeito, na sistemática implantada pelo CDC, o fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto e do serviço, suas características, qualidades, riscos, preços e etc., de maneira clara e precisa, não se admitindo falhas ou omissões.

Ressalte-se que o princípio supracitado está diretamente ligado ao princípio da transparência, também presente no CDC em seu artigo 4º, sendo brilhantemente abordado pelo renomado Fábio Ulhoa Coelho em sua obra.<sup>5</sup>

De acordo com o princípio da transparência, não basta ao empresário abster-se de falsear a verdade, deve ele transmitir ao consumidor em potencial todas as informações indispensáveis à decisão de consumir ou não o fornecimento.

Outrossim, o princípio da vulnerabilidade é explícito na maioria das relações consumeristas, haja vista que o fornecedor, é, presumidamente, a parte mais forte da relação. Assim, deve o Estado, intervir na relação, a fim de impedir que o consumidor fique em desvantagem, como no caso da problemática apresentada.

Por fim, mas não menos importante, o princípio da harmonização dos interesses, ou seja, é o respeito recíproco que deve ser existir entre os consumidores e fornecedores a fim de garantir a liberdade de escolha e a igualdade no momento das contratações, que é violado no momento em que o consumidor é obrigado a realizar as revisões, sob pena de perder a garantia contratual.

---

<sup>3</sup> BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990; Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm)>. Acesso em 04 jul. 2018; art. 4º, caput.

<sup>4</sup> NUNES, Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: SARAIVA, 2005. p.129.

<sup>5</sup> COELHO, Fábio Ulhoa. O crédito ao consumidor e a estabilização da economia. *Revista da Escola Paulista de Magistratura*, p. 1-96; São Paulo, 1996.

Em março de 2014, o STJ definiu com base nas suas jurisprudências, o conceito de venda casada, *in verbis*:

Não são todas as vendas de mais de um produto ou serviço conjuntamente que se manifestam abusivas, a abusividade decorre sempre da imposição ou do condicionamento na aquisição de produtos ou serviços à aquisição de outro produto ou serviço que configuram a venda casada

A denominada 'venda casada' tem como ratio essendi a vedação a 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 satisfatório e preços competitivos.<sup>6</sup>

Cumpra salientar, que a venda casada não se limita ao condicionamento de um produto à compra de outro, ao passo que o condicionamento também de um serviço, a venda de outro, configura venda casada, haja vista que o fornecedor sabe que não venderia o segundo serviço separadamente e assim, condiciona a alienação deste, à venda do segundo serviço, o qual é a real intenção de aquisição do consumidor.

Mas essa interpretação da revisão como serviço não é de todo inquestionável. O direito consumerista, como é cediço, movimenta-se, em matéria de proteção do consumidor, face aos vícios ocultos dos produtos e serviços, na direção da suficiência da garantia legal baseada no critério da vida útil do bem. Diante dessa compreensão, a responsabilidade pela manutenção do produto é conferida a quem realmente a detém, ou seja, ao fornecedor, sob pena de responder pelos vícios descobertos durante o prazo de garantia.

Nessa linha de raciocínio, conforme expõem Flávio Tartuce e Daniel Amorim, em relação ao disposto no art. 39 do CDC:

Esse primeiro inciso do art. 39 proíbe a venda casada, descrita e especificada pela norma. De início, veda-se que o fornecedor ou prestador submeta um produto ou serviço a outro produto ou serviço, visando um efeito caroneiro ou oportunista para venda de novos bens. Ato contínuo, afasta-se a limitação de fornecimento sem que haja justa causa para tanto, o que deve ser preenchido caso a caso. Ampliando-se o sentido da vedação, conclui-se que é venda casada a hipótese em que o fornecedor somente resolve um problema quanto a um produto ou serviço se um outro produto ou serviço for adquirido.<sup>7</sup>

Conclui-se, portanto, que a prática comercial de condicionar a concessão da garantia contratual à realização das revisões tão somente nas concessionárias autorizadas da fabricante é completamente abusiva e viola os princípios básicos do consumidor.

---

<sup>6</sup> MELO, TASSO DUARTE. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo* – v. 4. n. 13. MARÇO 2014.

<sup>7</sup> TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de direito do consumidor: direito material e processual*. 3. ed. Rio de Janeiro: MÉTODO, 2014. p.276.

## 2. DA PRÁTICA ABUSIVA DAS FABRICANTES AO VINCULAR A GARANTIA CONTRATUAL À REALIZAÇÃO DAS REVISÕES SOMENTE NAS CONCESSIONÁRIAS AUTORIZADAS, EM CONFRONTO COM O DIREITO DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR

A presente problemática, visa apontar que para a concessão da garantia do automóvel, que é um produto, adquirido pelo prazo fixado pelo fabricante, o consumidor está condicionado a fazer o serviço de revisões periódicas nas concessionárias autorizadas por ele, com peças tão somente por ele comercializadas.

Ressalte-se que, além do efeito execrável para o meio ambiente, notadamente em termos de poluição ambiental; o conseqüente aumento do número de acidentes de trânsito; o crescimento desenfreado dos engarrafamentos; e da intransitabilidade das maiores cidades brasileiras, todas sequelas que não serão objeto direto do presente estudo, é inquestionável o reconhecimento da prática abusiva que ora se apresenta, a fim de resguardar a economia do País.

Saliente-se que tal prática é expressamente vedada pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor<sup>8</sup>, dentre outros Direitos Básicos do Consumidor que são violados diante desta prática dos fabricantes.

Cumpra observar que, com essa prática o mercado criou uma espécie própria de sistema punitivo, visto que, como em qualquer outro, há um dever e sua respectiva punição, para a hipótese de descumprimento. Aquele consiste na obrigação de revisar e esta, na perda da garantia consensual. Constata-se, assim, a coação exercida pelo mercado sobre a coletividade consumerista e que tão bem caracteriza a relação deletéria existente entre a revisão de veículos e a garantia contratual em sede contratual.

Entretanto, a questão que ora se analisa é tão absurda, que existe um Projeto de Lei<sup>9</sup>, a fim de acabar com a prática abusiva dos fabricantes de automóveis do Brasil.

Ressalte-se que o Projeto de Lei tem como fundamento, o art. 5º da Carta Magna<sup>10</sup>, o qual assegura que ninguém poderá ser compelido a associar-se ou a permanecer associado.

---

<sup>8</sup> BRASIL. *Lei* 8.078, de 11 de setembro de 1990; Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm)>. Acesso em 04 jul. 2018; art. 6º, inciso IV.

<sup>9</sup> Idem. *Projeto de Lei nº 9074*, de 09 de novembro de 2017 de autoria do Deputado Federal Alexandre Valle do Partido Republicano do Estado do Rio de Janeiro

<sup>10</sup> Idem. *Constituição da República Federativa do Brasil*, Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.Htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.Htm)>. Acesso em 04 jul. 2018, art. 5º.



Em outras palavras, a Constituição Federal proíbe qualquer fabricante a obrigar qualquer proprietário de veículos a realizar serviços fora da rede credenciada, sem que este perca o direito à garantia contratual.

Em um estudo realizado no mercado americano, ou seja, o maior mercado capitalista do mundo, constatou-se que o proprietário tem a liberdade de escolha na hora de realizar sua revisão periódica, seja na concessionária autorizada ou em qualquer oficina de sua confiança. Assim, caso o consumidor necessite utilizar a garantia contratual, basta comprovar que realizou as manutenções necessárias para evitar o dano, comprovadamente com as notas fiscais das peças e serviços.

Ademais, nos tempos atuais, o mercado conta com oficinas de alta qualidade, que utilizam peças originais, porém, cobram no máximo a metade do preço que seria cobrado na concessionária autorizada. Contudo, se o consumidor optar pela manutenção dessa oficina, que tem mão-de-obra especializada, utiliza peças originais e cobra preços menores, o fabricante entende que ele estará abrindo mão da garantia contratual.

Insta observar, que essa prática é sorrateira, pois não está visível para os consumidores, que acreditam que a venda casada se dá apenas no condicionamento de um produto a outro, quando a prática estiver explícita.

Partindo de um olhar socioeconômico, as fabricantes não estariam deixando de vender suas peças, sendo certo que as oficinas fora da rede concessionária, também terão que comprar diretamente da fabricante, a fim de resguardar a genuinidade das peças instaladas nos carros dos clientes.

Outro ponto positivo a ser analisado, é a livre concorrência, posto que as concessionárias diminuiriam os valores abusivos cobrados nas revisões, a fim de não a perderem sua clientela.

Destarte, mister se faz uma análise mais aprofundada entre o direito de escolha do consumidor, em confronto com as práticas abusivas do fabricante, que será abordada no próximo capítulo.

Cumprido destacar, que conforme acima narrado, a violação no dever de informar, configura prática abusiva, ao passo que viola o princípio da informação, sendo certo que uma das vulnerabilidades em que o consumidor se encontra perante ao fornecedor, é a vulnerabilidade informacional. Isto porque, além de ser desproporcional, a relação embasada é antiética.

Assim, qualquer relação que não possua igualdade entre as partes e ausência de ética, deve o Estado, intervir para que possa fazer com que essa desigualdade não venha a favorecer a parte mais forte.

É necessário observar a grande importância na ética na informação, pois o desrespeito desta pode afetar gravemente à dignidade da pessoa humana.

Nesse sentido, disserta Mario Sérgio Cortella:

Somos um animal que não nasce pronto; temos de ser formados. Essa formação pode nos levar à vida como benefício ou à vida como malefício, da pessoa que é capaz de produzir benefício ou da que é capaz de produzir malefício. Todos e todas somos capazes de ambas as coisas. Afinal de contas, ética está ligada à ideia de liberdade. Ética é como eu decido a minha conduta. E a palavra “decido” é marcante porque sinaliza quais são os critérios e valores que eu uso para me conduzir na vida coletiva.<sup>11</sup>

Para Renato Porto, a aceitação do termo ética advém da rejeição da sua correspondente derivação “moral”, vejamos:

A aceitação do termo “ética” deve-se à rejeição de seu correspondente etimológico: “moral”, que remete a “moralismo”, “moralista”, lembrando, normatização incessante, dogmática, de abrangência excessiva, vigiando e disciplinando a vida alheia. Outra constatação interessante é a interferência de ambas na esfera pública e privada. A moral reserva-se ao campo das relações privadas, como ocorre na hipótese do comportamento de um bom pai, ou de uma boa mãe, já a ética interfere nas questões que ocupam o espaço público. Daí as referências aos “códigos de ética” de variadas profissões, ou da presença de expressões como a “ética na política”, e os “comitês de ética para a pesquisa de seres humanos”. Dessa percepção desprende-se que não faria o menor sentido o termo “ética na família”<sup>12</sup>

Ainda em sua obra, Porto expõe a respeito da prestação da informação nos padrões que devem ser respeitados:

Nessa linha de raciocínio, a garantia de preservação da dignidade da pessoa compreende o direito de controlar sua vida e, no contexto da sociedade da informação, um tratamento equilibrado em face dos criadores e difusores da informação. Trata-se de relação única, alicerçada pelo imperativo categórico de respeito e equilíbrio entre as partes. A análise da informação deve ser feita sob o prisma do direito fraterno, onde o material difundido será submetido ao crivo de padrões éticos, revestidos de boa-fé, transparência, isonomia e equidade.<sup>13</sup>

Nessa linha de pensamento encontra-se em perfeição com o entendimento jurisprudencial. Vejamos:

<sup>11</sup> CORTELLA, Mario Sérgio, *Educação, Convivência e Ética*. Audácia e esperança! São Paulo: Cortez, 2015, p.15.

<sup>12</sup> PORTO, Renato . *A desinformação na sociedade da informação: A vulnerabilidade do consumidor na internet* Locais do Kindle 745-751 Edição do Kindle.

<sup>13</sup> PORTO, Renato. *Ibid.* p. 939-943.

DIREITO DO CONSUMIDOR. ADMINISTRATIVO. NORMAS DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. ORDEM PÚBLICA E INTERESSE SOCIAL. PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR. PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA. PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA. PRINCÍPIO DA CONFIANÇA. OBRIGAÇÃO DE SEGURANÇA. DIREITO À INFORMAÇÃO. DEVER POSITIVO DO FORNECEDOR DE INFORMAR, ADEQUADA E CLARAMENTE, SOBRE RISCOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS. DISTINÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO-CONTEÚDO E INFORMAÇÃO-ADVERTÊNCIA. ROTULAGEM. PROTEÇÃO DE CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS. CAMPO DE APLICAÇÃO DA LEI DO GLÚTEN (LEI 8.543/92 AB-ROGADA PELA LEI 10.674/2003) E EVENTUAL ANTINOMIA COM O ART. 31 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. MANDADO DE SEGURANÇA PREVENTIVO. JUSTO RECEIO DA IMPETRANTE DE OFENSA À SUA LIVRE INICIATIVA E À COMERCIALIZAÇÃO DE SEUS PRODUTOS. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS POR DEIXAR DE ADVERTIR SOBRE OS RISCOS DO GLÚTEN AOS DOENTES CELÍACOS. INEXISTÊNCIA DE DIREITO LÍQUIDO E CERTO. DENEGAÇÃO DA SEGURANÇA. 1. Relator: Ministro HERMAN BENJAMIN, Data de Julgamento: 17/04/2007, T2 - SEGUNDA TURMA.<sup>14</sup>

Assim, verifica-se que a falta de informação, bem como a informação prestada de forma exagerada ou qualquer outra forma que venha induzir o consumidor a erro, violam os princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor.

### 3. O DIREITO DO CONSUMIDOR EM REALIZAR AS REVISÕES PERIÓDICAS EM OFICINA DE SUA CONFIANÇA SEM PERDER O BENEFÍCIO DA GARANTIA CONTRATUAL

Inicialmente, cumpre ressaltar que o Brasil é hoje o quarto maior mercado de carros do mundo, com aquisição pelo consumidor final, só no ano de 2012, de mais de 3,6 milhões de carros de passeio e veículos leves. Com isso, o mercado automobilístico brasileiro está atrás apenas de China, Estados Unidos e Japão e à frente de países como Alemanha, Índia, Rússia, Grã-Bretanha, França e Canadá.

Com efeito, não é difícil concluir que no Brasil existem dezenas de milhões de consumidores de veículos automotores, especialmente de passeio, os quais, de forma mercadologicamente cíclica, demandarão, por sua vez, outros setores da economia, como os de combustíveis e assistência técnica.

Ocorre, que para chegar na problemática, é preciso analisar alguns pontos, posto que, ao passo que o Estado intervém na relação de consumo a fim de proteger o consumidor de

---

<sup>14</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *REsp: 586316 MG 2003/0161208-5*; Relator: Ministro Herman Benjamin. Disponível em <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/4092403/recurso-especial-resp-586316>. Acesso em 06 de set. de 2018.

qualquer situação de onerosidade excessiva. Entretanto, essa proteção não pode, de forma alguma colocar o fornecedor em desvantagem.

Saliente-se que a Constituição Federal, dispõe em seu artigo 5º, caput, sobre o princípio constitucional da igualdade, perante a lei, nos seguintes termos:

Artigo 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.<sup>15</sup>

Neste sentido, cumpre trazer à baila as palavras de Nelson Nery Junior. Vejamos:

O princípio da igualdade pressupõe que as pessoas colocadas em situações diferentes sejam tratadas de forma desigual: Dar tratamento isonômico às partes significa tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais, na exata medida de suas desigualdades.<sup>16</sup>

Assim, a relação de consumo deve se manter equilibrada, a fim de assegurar o princípio da isonomia para ambas as partes.

Ultrapassada essa questão, deve-se observar que a garantia contratual, é somente uma prática comercial com a intenção de atrair os consumidores. Isto porque se existisse uma fabricante que não oferecesse qualquer garantia contratual, com certeza perderia mercado em poucos dias, ao passo que na atualidade, existem fabricantes oferecendo um, três e até 5 anos de garantia contatual no veículo automotor.

Portanto, quando o fornecedor oferece a garantia contratual, esta deve ser somada à garantia legal, tendo como prazo inicial, a data em que o veículo apresentar o vício. Esta a posição adotada pelo Superior Tribunal de Justiça, segundo o qual:

O prazo de decadência para a reclamação de vícios do produto (art. 26 do CDC) não corre durante o período de garantia contratual, em cujo curso o veículo foi, desde o primeiro mês de compra, reiteradamente apresentado à concessionária com defeitos. Precedentes<sup>17</sup>

Contudo, o que os consumidores não sabem é que, mesmo se comprassem um veículo zero quilômetro, teriam direito à reparação de qualquer vício que viesse a ocorrer no

---

<sup>15</sup> BRASIL. op. cit. Nota 10

<sup>16</sup> NERY JUNIOR, Nelson. *Princípios do Processo Civil na Constituição Federal*; 5ª ed; Rio de Janeiro; Revista dos Tribunais; 1999, p. 42.

<sup>17</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. *REsp nº: 547794 PR 2003/0083271-0*; Relator: Ministra Maria Isabel Gallotti. Disponível em: [stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/18447187/recurso-especial-resp-547794-pr-2003-0083271-0/inteiro-teor-18447188?ref=juris-tabs](http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/18447187/recurso-especial-resp-547794-pr-2003-0083271-0/inteiro-teor-18447188?ref=juris-tabs). Acesso em 06 de set. de 2018.

automóvel adquirido, tendo em vista a união dos institutos da garantia legal com o tempo de vida útil do produto adquirido.

Cumprido salientar, que o prazo para reclamação do vício oculto é decadencial de noventa dias e tem início na data de sua descoberta que será interrompido no ato da sua reclamação, conforme o Código de Defesa do Consumidor.<sup>18</sup>

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§ 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§ 2º Obstat a decadência:

I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

§ 3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

Desta forma, não há que se falar em término da garantia contratual, posto que não há como acabar um prazo que ainda não começou.

Contudo, deve ser respeitado, com boa-fé, o tempo de vida útil que se espera daquele automóvel, haja vista que se o veículo apresenta vício oculto antes do tempo que legitimamente se espera, o produto é defeituoso conforme o art. 12, § 1º, inciso III do Código de Defesa do Consumidor. *In verbis*:

O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - sua apresentação;

II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III - a época em que foi colocado em circulação.<sup>19</sup>

Outrossim, os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade, inclusive àqueles que

<sup>18</sup> Idem. *Lei nº 8.078*, de 11 de setembro de 1990; Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm)>. Acesso em 04 jul. 2018; art. 26, inciso II, § 1º e 2º, inciso I.

<sup>19</sup> art. 12, § 1º, III, CDC. Idem. *Código de Proteção e Defesa do Consumidor*; Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm)>. Acesso em: 04 jul. 2018.

tornem impróprios ou inadequados para o fim que deles, se espera, haja vista o art. 18 do Código de Proteção e defesa do Consumidor. Vejamos:

Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.<sup>20</sup>

Em outras palavras, contata-se que a garantia contratual é apenas mera prática comercial, com o intuito de atrair os consumidores.

Ressalte-se, que não se deve admitir que a vida útil de qualquer veículo automotor seja, no mínimo, menor que o prazo de 5 anos, ou seja, se um veículo que realiza as devidas revisões periódicas comprovadamente, ainda que fora da concessionária autorizada do fabricante, tem os mesmos direitos de pleitear a reparação de eventuais vícios ocultos que vierem a aparecer.

Observe-se que em julgamento na 8ª Câmara Cível, do Egrégio Tribunal de Justiça do Paraná, no do consumidor não ter realizado as revisões programadas dentro da concessionária autorizada, questão essa que não obsta o dever de reparação de vício oculto que dificilmente seria constatado pela oficina em simples revisão. Vejamos:

EMENTA APELAÇÃO CIVIL. AÇÃO COM PEDIDO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER E INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. VEÍCULO ZERO QUI- LÔMETRO. QUEBRA DA CAIXA DE CÂMBIO COM 47 MIL QUILOMETROS RODADOS.ALEGAÇÃO DE PERDA DA GARANTIA POR AUSÊNCIA DAS REVISÕES PROGRAMADAS.VENDA DO VEÍCULO PARA TERCEIRO. AU- TOR NÃO TEVE ESCLARECIDO AS CONDI- ÇÕES DA GARANTIA. AUSÊNCIA DO DEVER DE INFORMAÇÃO. VÍCIO OCULTO. RESPON- SABILIDADE SOLIDÁRIA DO FABRICANTE E DA CONCESSIONÁRIA. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. MAJORAÇÃO DOS HONO- RÁRIOS ADVOCATÍCIOS.RECURSO DE APELAÇÃO DO AUTOR UBI- RAJARA BIALLI CONHECIDO E PROVIDO.RECURSO DE APELAÇÃO DA RÉ SEVEC VEÍCULOS CONHECIDO E NÃO PROVIDO. 8ª Câmara Cível.<sup>21</sup>

Portanto, levando em conta os princípios apontados, bem como os artigos do Código de Defesa do Consumidor, não há razões para as fabricantes de automóveis alegarem perda da garantia do veículo, que não realizou as revisões necessárias dentro de suas concessionárias autorizadas, desde que o consumidor comprove, mediante notas fiscais, que realizou a troca

---

<sup>20</sup> Ibid;

<sup>21</sup> Idem. Tribunal de Justiça do Estado do Paraná - 8ª C.Cível. AC - 1326907-1. Curitiba. Relator: José Sebastião Fagundes Cunha. Disponível em [tj-pr.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/300547244/apelacao-apl-13269071-pr-1326907-1-acordao](http://tj-pr.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/300547244/apelacao-apl-13269071-pr-1326907-1-acordao). Acesso em: 06 de set. de 2018.

das peças que seriam substituídas, ou até mesmo que realizou os serviços que seriam realizados pelas autorizadas.

## CONCLUSÃO

Com base nos estudos realizados no presente trabalho podemos perceber que o condicionamento da realização das revisões somente nas concessionárias autorizadas para o mantimento da garantia de fábrica, é evidentemente uma prática abusiva que se identifica com a venda casada.

Em outras palavras, nos dias atuais, o consumidor só pode gozar da garantia contratual, caso realize as revisões com preços exorbitantes dentro da rede de revenda da fábrica, configurando de fato uma venda casada enquanto perdura o prazo da garantia contratual.

Nesse sentido, com base nas pesquisas realizadas, nos princípios ligados ao tema e nos moldes da legislação, podemos concluir que o condicionamento da garantia às revisões, deve ser tal prática reconhecida como venda casada, haja vista que é claramente identificável como tal.

Portanto, a fim de evitar que os milhões de consumidores sejam prejudicados por tais práticas abusivas, deveria haver a opção de escolha para o consumidor, obrigando as concessionárias autorizadas a reduzirem os preços das revisões de forma indireta.

Assim, construiremos uma sociedade de consumo automobilística mais democrática e igualitária, onde os consumidores terão a oportunidade de escolher onde vão realizar o serviço, quer seja em oficinas especializadas e de sua confiança ou até mesmo nas concessionárias que colocarão preços mais justos e competitivos, beneficiando assim, o consumidor.

Ressalte-se ainda, que com o direito de escolha do consumidor, as fabricantes terão que diminuir seus preços para competir no mercado em igual patamar dos centros automotivos capacitados de realizar os mesmos serviços, beneficiando-se também por extinguir a imagem que se tem das concessionárias como “estelionatárias” dos serviços e peças por elas fornecidos.

## REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 4 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

BRASIL. *Código de Defesa do Consumidor*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm)> acesso em 04 de jul. de 2018.

\_\_\_\_\_. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)> acesso em 06 de set. de 2018

COELHO, Fábio Ulhoa. O crédito ao consumidor e a estabilização da economia, *Revista da Escola Paulista de Magistratura*, São Paulo. p. 1-96. 1996

CORTELLA, Mario Sérgio, *Educação, Convivência e Ética*. Audácia e esperança! Cortez Editora. 2015.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2011.

\_\_\_\_\_, *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2005.

PORTO, Renato. *A desinformação na sociedade da informação: A vulnerabilidade do consumidor na internet* (Locais do Kindle 745-751 Edição do Kindle).

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de direito do consumidor: direito material e processual*. 3. ed. Rio de Janeiro: Método, 2014.