



## OBRIGAÇÃO DE FAZER NOS CONTRATOS CONSUMERISTAS

### Autor(es)

Pollyanna Cristina Martins De Zalazar  
Karine Batista De Carvalho  
Evelyn Dos Santos Semeao  
Beatriz Santos Vasconcelos Da Silva

### Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

### Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE BRASÍLIA



### Introdução

: O direito obrigacional prevê os cenários que objetivam a realização de uma prática, ou da sua não prática, que são chamadas de obrigações de fazer ou não fazer. As obrigações de fazer formam um elemento importante no cenário jurídico atual, influenciando diretamente as relações entre fornecedores e consumidores. Nesse contexto, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) desempenha um papel fundamental, estabelecendo diretrizes para garantir a proteção e os direitos dos consumidores em transações comerciais, principalmente nos dias de hoje, em que só crescem as formas de consumir novos produtos, e de formas diversas (aplicativos digitais, sites por redes sociais e até mesmo por Qrcode). Essas obrigações em si, referem-se a compromissos contratuais que exigem a realização de uma determinada ação por parte do fornecedor em favor do consumidor. A forma que podemos garantir que essa obrigação seja exercida no campo consumerista é: vigilância nos contratos consumeristas das obrigações, comunic

### Objetivo

Esse trabalho tem por objetivo fornecer informações sobre o princípio da transparência na obrigação de fazer nos contratos consumeristas com base no código de defesa do consumidor (CDC), visando esclarecer a relação entre consumidor e fornecedor.

### Material e Métodos

Utilizamos como método a pesquisa exploratória baseada nos artigos do código de defesa do consumidor, incluindo o ARTIGO 4 (lei n. 8078, de 11 de Setembro de 1990), juntamente com o ARTIGO 6 (lei n.8.078 de 11 de Setembro de 1990) dos direitos básicos do consumidor. Além da pesquisa exploratória baseada nos artigos do Código de Defesa do Consumidor, como o Artigo 4 e o Artigo 6, sugiro considerar a análise de casos jurisprudenciais relevantes que exemplifiquem a aplicação desses dispositivos legais na prática. Isso pode fornecer uma perspectiva mais concreta sobre como os direitos do consumidor são interpretados e aplicados pelos tribunais.

### Resultados e Discussão

Anhanguera



Em primeiro lugar, o consumidor tornou-se detentor do direito subjetivo de informação e o fornecedor sujeito de um dever de informação. Dizer que o silêncio do consumidor traduz-se em aceitação não pode prevalecer, trazendo a nulidade de tal cláusula de acordo com o art. 51 IV3 do CDC, que deixa claro que não se pode conceder um ato negocial que demonstre falta de clareza em seu caráter expressivo, pois a persuasão do fornecedor com o consumidor, tendo por referencial o produto ou o serviço, só contemplará o êxito desejado na relação de consumo se aspectos inerentes à sua constituição forem bem explicitados. Nos termos do artigo 4º, o CDC tem como fim, justamente, reequilibrar as relações de consumo, harmonizando e dando maior transparência às relações contratuais. A informação clara, sem possibilidade de interpretação dúbia pelo fornecedor, assegurará ao consumidor o direito de vincular-se ou não, de forma consciente, ao contrato. As manifestações anteriores, como propaganda veiculada

#### Conclusão

Portanto, faz-se necessária uma remodelação no modelo de trabalho entre consumidor e fornecedor, haja vista que, mesmo diante a um sistema imposto onde as relações de consumo podem ser melhoradas, boa parte delas acabam por serem afetadas para ambas as partes. No entanto, as análises anteriores comprovam que essas relações podem ser estabelecidas com base no código de defesa do consumidor.

#### Referências

AZEVEDO, Álvaro Villaça. Curso de direito civil: teoria geral das obrigações. 9. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.

BEVILÁQUA, Clóvis. Direito das obrigações. Rio de Janeiro: Editora Rio, 1977

Código de Defesa do Consumidor - Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990

[https://www.univates.br/media/graduacao/direito/PRINCIPIOS\\_ADOТАDOS\\_PELO\\_CODIGO\\_DO\\_CONSUMIDOR.pdf](https://www.univates.br/media/graduacao/direito/PRINCIPIOS_ADOТАDOS_PELO_CODIGO_DO_CONSUMIDOR.pdf)

# 3<sup>a</sup> MOSTRA CIENTÍFICA

