

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

DIREITO DO CONSUMIDOR I

MARCELO FONSECA SANTOS

MAURÍCIO TESTONI

ERICA ANTONIA BIANCO DE SOTO INOUE

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU – São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio – Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM – São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI – Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS – MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito do consumidor[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Érica Antônia Bianco de Soto Inoue, Maurício Testoni, Marcelo Fonseca dos Santos – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-253-7

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Os Caminhos Da Internacionalização E O Futuro Do Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito 3. Consumidor.. XXXII Congresso Nacional do CONPEDI São Paulo - SP (4: 2025: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO PAULO - SP

DIREITO DO CONSUMIDOR I

Apresentação

XXXII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI – SÃO PAULO/SP, realizado na Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM) nos dias 26, 27 e 28 de novembro de 2025, teve como tema central: “Os caminhos da internacionalização e o futuro do Direito”. O evento proporcionou uma reflexão em um momento histórico marcado pela intensificação das interconexões globais econômicas, políticas, culturais e tecnológicas que desafiam as fronteiras tradicionais dos Estados e colocam o Direito diante de novas exigências e dilemas. Diante disso, destacaram-se discussões contemporâneas e de grande relevância que abordaram essa temática, tanto nas atividades do evento quanto nos Grupos de Trabalho e nas sessões de apresentação de pôsteres. Os estudos reunidos nesta publicação foram originalmente apresentados como pôsteres no âmbito do Grupo “DIREITO DO CONSUMIDOR”. Os resultados das pesquisas realizadas refletem uma parte significativa dos estudos produzidos no âmbito da temática central do Grupo de Trabalho. Espera-se que o leitor tenha a oportunidade de acessar e refletir sobre essas discussões por meio da leitura dos textos aqui reunidos. Manifestamos nossa gratidão a todos os pesquisadores, colaboradores e participantes que contribuíram para os debates e para a organização do evento. Boa leitura a todos! Érica Antônia Bianco de Soto Inoue (ITE). Maurício Testoni (UPM). Marcelo Fonseca dos Santos (UPM).

FASHION LAW: Sob a Luz da Venda Casada e o Esquema de Pirâmide e Exclusividade da Casa de Alto Luxo Hermès

Larissa Maia Freitas Salerno Miguel Santos¹
Marina Ribeiro Resende Coimbra

Resumo

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa propõe-se a estudar a aplicação do Direito do Consumidor na relação de empresas e consumidores na compra e venda de produtos. Primordialmente, essa presente pesquisa abordará a relação da Multimilionária Casa de Moda Francesa Hermès sob a venda de seus principais produtos, a bolsa Birkin e a bolsa Kelly nas imposições de venda destas perante seus consumidores.

De modo contínuo, esse tema retratará o esquema imposto pela marca francesa para que seus consumidores recebam a oportunidade de comprar tais produtos, condicionando o consumidor a um esquema de consumo compulsivo, tal qual um esquema de pirâmide e venda casada. Por conseguinte, os consumidores se sujeitam a essa imposição para terem a oportunidade de comprarem a bolsa mais cobiçada do mundo, a bolsa Birkin, que é um ícone de luxo e exclusividade.

Sob este viés, o art. 39 incisos I e IX revela a seguinte premissa “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; IX-recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais.”, com base neste artigo, toda a política de venda da casa Francesa Hermès infringe a lei que respalda os consumidores de empresas e lojas abusivas.

Entende-se a partir dessa introdução, a necessidade e importância da aplicação efetiva do Código de Defesa do Consumidor para respaldar o consumidor da política de venda autoritária e abusiva da marca Hermès e a obrigação do Estado em conscientizar a população de seus direitos eminentes.

PROBLEMA DE PESQUISA

A pesquisa terá enfoque na relação de venda dos produtos exclusivos da casa francesa de alto luxo, a Hermès, e a imposição de fatores na compra de tais produtos perante os consumidores

¹ Orientador(a) do trabalho/resumo científico

da marca. Assim, observando essa relação, é pertinente responder o questionamento a seguir: Até onde a Hermès irá condicionar seus consumidores a um esquema de pirâmide que infringe o CDC – Código de Defesa do Consumidor – e impõe uma prática abusiva sobre os mesmos?

OBJETIVO

Esta pesquisa pretende analisar o esquema de pirâmide – venda casada – e o desejo pela exclusividade da marca Hermès perante seus clientes e a aplicação deste para o a filtração dos mesmos e como o Código de Defesa do Consumidor respalda-os perante tais imposições.

Com base nessa premissa, a presente pesquisa tem como objetivos específicos os seguintes questionamentos: Identificar a necessidade da exclusividade da marca Hermès e a imposição dessa regra perante seus consumidores; discutir até que ponto o ser humano condiciona seus gastos para se encaixar em um nicho de luxo e exclusividade; analisar o art. 39do CDC e sua efetividade na proteção e auxílio dos consumidores; debater a colocação do CDC e a eficácia do Estado na aplicação das políticas públicas e apontar a necessidade de sua análise.

MÉTODO

Para o desenvolvimento desta pesquisa, adota-se o método científico dedutivo, que parte da coleta de dados gerais para chegar a conclusões mais específicas. Em outras palavras, inicia-se com um entendimento amplo do tema para, posteriormente, alcançar uma conclusão precisa, utilizando premissas gerais como base para obter resultados verdadeiros. Esse método será explorado em diferentes áreas do Direito, como o Direito da Moda e o Direito do Consumidor, permitindo uma análise interdisciplinar.

Além disso, será realizada uma pesquisa bibliográfica, fundamentada em estudos já publicados, com o objetivo de conhecer e aprofundar informações sobre o tema em questão. Essa abordagem auxilia na análise do Estado da Arte, ou seja, no mapeamento atual do conhecimento acadêmico sobre o assunto. O Estado da Arte representa o conjunto das produções acadêmicas e científicas mais recentes, que servem como base para a realização do estudo e a formulação de novas hipóteses e conclusões.

RESULTADOS ALCANÇADOS

Devido ao fato de que a pesquisa está em andamento, neste presente momento, não é possível enunciar os resultados alcançados. No entanto, ressalta-se que a pesquisa busca alcançar resultados significativos com a aplicação efetiva do Código de Defesa do Consumidor (CDC) na política de vendas da Hermès. A análise propõe examinar não apenas os impactos legais e

comerciais, mas também como a marca pode ser responsabilizada no contexto de práticas de mercado que induzem a uma demanda excessiva e muitas vezes irreal.

Além disso, busca-se alcançar o apoio estatal no controle do consumo desenfreado causado pela marca, que é um fator determinante para a obtenção de certos produtos, frequentemente com preços elevados e acessibilidade limitada.

Palavras-chave: Direito da Moda, Direito do Consumidor, Políticas Públicas, Hermès, Venda Casada

Referências

OLIVEIRA, Maria; Direito da Moda e a Necessidade de Regulação; Goiânia PUC- Goiânia 2022. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/4812/1/Artigo%20Maria%20Eul%C3%A9ria%20Ba%C3%BA%20M.%20de%20Oliveira.pdf>.

DOMINGUES, Juliana; Mercado de Luxo Pelas Lentes do Direito Concorrencial: Caso Birkin-Hermès; Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2024-jun-26/o-mercado-de-luxo-pelas-lentes-do-direito-concorrencial-o-curioso-caso-birkin-hermes/>.

BRASIL; Código de Defesa do Consumidor, 11 de setembro de 1990; Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10602881/artigo-39-da-lei-n-8078-de-11-de-setembro-de-1990>.