



FACULDADE
**BAIANA DE
DIREITO**

FACULDADE BAIANA DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

CAROLINA PADILHA GOMES PEREIRA

**DISCIPLINA JURÍDICA DA OBSOLESCÊNCIA
PROGRAMADA FACE AO PRINCÍPIO DA
VULNERABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Salvador
2020

CAROLINA PADILHA GOMES PEREIRA

**DISCIPLINA JURÍDICA DA OBSOLESCÊNCIA
PROGRAMADA FACE AO PRINCÍPIO DA
VULNERABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Monografia apresentada ao curso de graduação em Direito, Faculdade Baiana de Direito, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientador: Professora Flávia Marimpietri

Salvador
2020

CAROLINA PADILHA GOMES PEREIRA

**DISCIPLINA JURÍDICA DA OBSOLESCÊNCIA
PROGRAMADA FACE AO PRINCÍPIO DA
VULNERABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em
Direito, Faculdade Baiana de Direito, pela seguinte banca examinadora:

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Nome: _____

Titulação e instituição: _____

Salvador, ____/____/ 2020

A Antônio Elder, Yanna Maria e Henrique Helder. Minha família, obra de Deus em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à Deus por ser o meu guia de vida.

Agradeço aos meus pais, Antônio Elder e Yanna Maria, por todo o apoio, amor e compreensão. Agradeço ao meu irmão, Henrique Helder, por abraçar os meus sonhos como os seus e ser o meu grande parceiro da vida. Minha família, obra de Deus na minha vida, sem vocês eu jamais conseguiria.

Às minhas avós, Elizabeth e Geny, por todo o amor e dedicação. Aos meus avôs, Exedito e Sitônio, *in memoriam*, por terem em vida me amado e contribuído para que eu chegasse até aqui. Aos meus padrinhos, Murilo e Simone, por todo o incentivo. A Klécius e Amélia, meus padrinhos de coração, por estarem presentes em toda a minha jornada.

Agradeço a Rudá, por todo apoio, incentivo e amor. Com você a caminhada é mais leve e feliz.

Gratidão à vida e à minha trajetória, que em seu percurso até aqui, me fez aprender com os meus erros e acertos. Durante a elaboração desse trabalho, aprendi um pouco mais sobre a vida e sobre amadurecimento, pessoal e profissional. Esse é o meu grande agradecimento, o que levarei para o resto da vida.

“Consagre ao Senhor tudo o que você faz e os seus planos serão bem-sucedidos”.
Provérbios 16:3

RESUMO

O presente trabalho possui o objetivo de aprofundar o estudo da obsolescência programada face ao princípio da vulnerabilidade. O estímulo ao consumo, a produção em massa e mecanizada mudaram a forma de consumir em toda a sociedade. Juntamente com essa mudança de realidade no que toca ao consumo, surgiram práticas comerciais abusivas, dentre elas a obsolescência programada, que visa a perda da vida útil dos produtos. A finalidade de tal prática comercial é de que o consumidor prefira comprar um produto novo ao ter de consertar o antigo, que muitas vezes não possui mais assistência ou o conserto é tão caro quanto um novo. A obsolescência programada reforça e reafirma a sociedade consumista a qual visa o consumo para sanear vazios emocionais e ser aceito na sociedade. A finalidade do consumir é mais “ter” do que ser”. Torna-se o produto obsoleto com o objetivo de estimular o consumo e, também, formar uma sociedade psicologicamente mais frágil. Cabe mencionar que tal prática é mais comum nos produtos eletrônicos, pois a sua manipulação é mais fácil para indústria. A obsolescência programada constitui um vício oculto no produto e deve ser reparada para fins de indenização ao consumidor. Desse modo, faz-se necessário o estudo do princípio da vulnerabilidade, base do direito do consumidor, face à obsolescência programada e à eventual responsabilização do fornecedor. O consumidor, como parte vulnerável da relação jurídica, necessita ter os seus direitos previstos no Código de Defesa do Consumidor garantidos, de maneira que o princípio da vulnerabilidade deve agir para protegê-lo da obsolescência programada.

Palavras-chave: Obsolescência programada; princípio da vulnerabilidade, relação de consumo; prática comercial abusiva; produtos eletrônicos.

ABSTRACT

The present work aims to deepen the study of programmed obsolescence in view of the principle of vulnerability. The stimulus to consumption, mass and mechanized production, changed the form of consumer of the whole society. Along with our reality for consumption, abusive commercial practices emerged, among them, programmed obsolescence, which aims to lose the useful life of products. The purpose of such a commercial practice is that the consumer prefers to buy a new product when having to repair the old one, which is often no longer serviced or the repair is as expensive as a new one. The programmed obsolescence reinforces and reaffirms the consumerist society, which aims at consumption to remedy emotional voids and be accepted in society. The purpose of consuming is more "to have" than to be "and, as stated, making the product obsolete in order to stimulate consumption, also stimulates a psychologically more fragile society. It is worth mentioning that such practice is more common in electronic products, since its handling is easier for industry. Scheduled obsolescence is a hidden defect in the product and must be repaired for the purpose of compensation to the consumer. Thus, it is necessary to study the basic principle of consumer law, the principle of vulnerability, in view of this commercial practice and the eventual responsibility of the supplier for such practices. After all, the consumer as a vulnerable part of the legal relationship, must have their rights provided for in the CDC guaranteed. The principle of vulnerability must act to protect the consumer from planned obsolescence

Keywords: Scheduled obsolescence; principle of vulnerability, consumption relationship; abusive commercial practice; electronic products.

LISTA DE ABREVIACOES E SIGLAS

art.	artigo
CF/88	Constituição Federal da República
IDEC	Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
PROCON	Programa de Proteção e Defesa do Consumidor
ONU	Organização das Nações Unidas
SOP	Sem Obsolescência Programada
SPC	Serviço de Proteção ao Crédito
STF	Supremo Tribunal Federal
STJ	Superior Tribunal de Justiça

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – A percepção dos consumidores sobre a duração de produtos eletroeletrônicos.....	56
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 DO MICROSSISTEMA DE TUTELA DO CONSUMIDOR	16
2.1 DOS ELEMENTOS DAS RELAÇÕES DE CONSUMO.....	17
2.1.1. Consumidores	17
2.1.2. Fornecedores.....	20
2.1.3. Produtos.....	22
2.1.4. Serviços	23
2.2 DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.....	24
2.2.1. Direito à vida, direito à saúde e direito à segurança	24
2.2.2. Direito à educação para consumo	25
2.2.3. Direito à informação.....	25
2.2.4. Direito à proteção contra à publicidade enganosa ou abusiva	26
2.2.5. Direito à proteção contratual.....	27
2.2.6. Direito à prevenção e reparação de danos	28
2.2.7. Direito à proteção administrativa, jurídica e técnica.....	28
2.2.8. Direito à inversão do ônus da prova.....	29
2.2.9. Direito à eficiência dos serviços públicos	30
3 OS PRINCÍPIOS BASILARES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	31
3.1 O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA.....	32
3.2 O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA E INFORMAÇÃO	33
3.3 O PRINCÍPIO DA CONFIANÇA	35
3.4 O PRINCÍPIO DA EQUIDADE.....	36
3.4.1. Equidade valor.....	37
3.4.2. Equidade integrativa	38
3.4.3. Equidade corretiva	38
3.5 A VULNERABILIDADE INTRÍNSECA AO CONSUMIDOR	39
3.6 A ESPÉCIES DE VULNERABILIDADE	41
3.6.1. A vulnerabilidade fática	41

3.6.2. A vulnerabilidade técnica	42
3.6.3. A vulnerabilidade jurídica ou científica	43
3.7 A VULNERABILIDADE E A HIPOSSUFICIÊNCIA DO CONSUMIDOR	43
4 DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA	45
4.1 AS ESPÉCIES DE OBSOLESCÊNCIA	47
4.1.1. A Obsolescência técnica	47
4.1.2. A Obsolescência percebida.....	48
4.1.3. A Obsolescência programada.....	50
4.2 A OBSOLESCÊNCIA E A SOCIEDADE DO CONSUMO.....	51
4.3 OS PRODUTOS ELETRÔNICOS	55
5 DA RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO	60
5.1 A RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA.....	61
5.2 O VÍCIO DO PRODUTO E/OU SERVIÇO.....	64
5.2.1. As diferenças entre vício e defeito no Código de Defesa do Consumidor.....	65
5.2.2. Os Responsáveis legalmente.....	66
5.2.3. A Garantia legal	67
5.4 O FATO DO PRODUTO.....	69
5.5 A RESPONSABILIDADE CIVIL NA PRÁTICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA	71
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS	79

1 INTRODUÇÃO

A construção de uma nova realidade social, econômica e cultural teve como base a Revolução Industrial. A transformação dos meios de trabalho, a implementação de uma produção mecanizada e em massa viabilizaram o aumento do consumo na sociedade e também nas formas de consumir. As bases do capitalismo foram formadas juntamente com práticas comerciais que visassem, cada vez mais, o consumo.

A produção em massa e mecanizada acarretou na necessidade do estímulo ao consumo da sociedade, pois para escoar a produção e alcançar o lucro almejado o consumo teria de ser estimulado. Paralelamente a tais fatos, foram necessárias medidas que efetivassem esse estímulo: maior influência do *marketing* na sociedade e novas práticas comerciais como, por exemplo, a obsolescência programada.

A obsolescência programada iniciou-se paralelamente com a Crise de 1929 que acometeu os Estados Unidos da América. Com o objetivo de aumentar o consumo para amenizar a crise, os fornecedores decidiram diminuir o tempo de vida útil dos produtos para que o consumidor pudesse voltar a consumir em menos tempo. Tal prática teve início nessa época e perdura até os dias atuais. Somente recentemente o assunto passou a ser mais discutido.

Uns dos grandes percussores da obsolescência foi o Fordismo e o Cartel dos produtores de lâmpadas da época. Ambos acreditavam que somente tornando o produto obsoleto, o consumo cresceria em altas escalas que alcançassem o lucro almejado. O Fordismo, por meio de novos modelos, design e tecnologia, e o famoso cartel das lâmpadas por meio da diminuição programada da vida útil das lâmpadas.

Tornar o produto obsoleto, antiquado ou até mesmo fora da moda são alguns tipos de obsolescência realizada pelos fornecedores, que não se esgota na mera programação para vício do produto. Lançar produtos novos com *design* e tecnologia atualizada também é uma forma de tornar o produto “antigo” em obsoleto.

Cabe mencionar que o incentivo ao consumo formou uma sociedade mais frágil psicologicamente que utiliza do consumir para tentar sanear os vazios emocionais. O *marketing* aproveita das fragilidades humanas para incentivar o consumo, pautado atualmente em “ter” mais do que “ser”. Seja para ser aceito socialmente ou para amenizar vazios, o consumidor passou a ser manipulado pelo elo entre o marketing de influência e as novas tecnologias dos fornecedores.

Desse modo, com novas práticas comerciais e o alto consumo, constatou-se que os consumidores estão em constante desequilíbrio contratual na relação jurídica com os fornecedores. Afinal, os fornecedores possuem superioridade informacional, tecnológica e econômica. Paralelamente a essa constatação, fez-se necessário a proteção do consumidor com objetivo de tentar equilibrar a relação jurídica que já nasce desequilibrada.

No Brasil, o Direito do Consumidor é assegurado na Constituição Federal de 1988 – CF/88, também, conhecida como a Constituição “Cidadã”. Após a CF/88, surgiu o Código de Defesa do Consumidor – CDC em 1990, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para proteger os consumidores de eventuais abusos ou irregularidades praticadas pelos fornecedores.

O princípio da vulnerabilidade, previsto no CDC, age na proteção do consumidor, ao afirmar que todo consumidor possui como característica intrínseca a vulnerabilidade. Juntamente com o princípio da boa-fé, o princípio da vulnerabilidade é o princípio-base do Código de Defesa do Consumidor e busca a proteção da parte tida como mais frágil da relação jurídica.

Com o objetivo de salvaguardar os direitos do consumidor, o CDC possui em seus artigos a responsabilidade civil do fornecedor para vícios e fato do produto e/ou serviço. O estudo e aprofundamento do assunto torna-se necessário para análise de eventual indenização por danos materiais e danos morais.

O presente trabalho estuda o fenômeno da obsolescência programada face ao princípio da vulnerabilidade, visto que o consumidor é parte mais frágil da relação jurídica. A prática comercial que visa a diminuição da vida útil dos produtos, seja de modo programado ou por meio de atualizações mais modernas, deixa o consumidor extremamente exposto a uma prática abusiva e desleal, afinal, não possui conhecimentos técnicos e informacionais para verificação da irregularidade.

A grande questão em análise, perpassa na necessidade de estender a proteção do direito do consumidor, parte mais frágil da relação jurídica que, diante de tais práticas comerciais abusivas, fica totalmente exposto e desprotegido. Diante dos fatos, questiona-se em até que ponto a prática da obsolescência programada poderá causar danos ao consumidor. E, se causados, como o consumidor poderá se proteger face ao princípio da vulnerabilidade.

Desse modo, os capítulos foram divididos com a finalidade de aprofundar o estudo nos tópicos mais importantes sobre o tema. O segundo capítulo analisa o

microsistema de consumo e os seus elementos, necessários para a qualificação da relação jurídica de consumo e proteção do Código de Defesa do Consumidor.

No terceiro capítulo são estudados os princípios bases do CDC, com enfoque no princípio da vulnerabilidade do consumidor, característica intrínseca das relações de consumo. No quarto capítulo, a prática comercial da obsolescência programada, no qual, são analisadas as suas bases históricas, as suas espécies, a relação da obsolescência com a sociedade altamente consumista e a prevalência da programação da vida útil nos produtos eletrônicos, visto que esses possuem maior flexibilidade de manipulação pela indústria.

No quinto capítulo, a responsabilidade civil nas relações consumo e as suas principais características para a determinação da eventual indenização do consumidor. Pois, além do caráter indenizatório, a sanção visa diminuir a prática comercial abusiva da obsolescência programada. No estudo sobre o tema, foram trazidos entendimentos jurisprudenciais que seguem a linha de proteção ao consumidor, sobretudo, a proteção do consumidor diante de tal prática comercial abusiva. Além de jurisprudências, dados que comprovam a diminuição da vida útil dos produtos com o passar dos anos, principalmente, em produtos eletrônicos.

O método de pesquisa utilizado foi dedutivo, que permite a análise de informações acerca de um tema, e, conseqüentemente, a conclusão baseada no estudo dessas informações. As fontes bibliográficas que ensejam o fundamento teórico do estudo sobre o tema foram diversas. Pautada em doutrinadores renomados, em artigos atualizados e em jurisprudências nacionais.

O presente estudo monográfico permite o estudo de um tema de tamanha importância social, pois todos os consumidores podem vir a ser lesados por tal prática. Será apresentada a análise da obsolescência programada face ao princípio da vulnerabilidade do consumidor e, se tal prática, é passível de responsabilização civil.

2 DO MICROSSISTEMA DE TUTELA DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor foi criado por meio da Lei nº 8.078/90, após a Constituição Federal de 1988 determinar em seu artigo 5º, XXXII, que “o estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. O objetivo principal do CDC é a proteção e a segurança dos direitos do consumidor, considerado como parte mais vulnerável da relação jurídica. Como essa relação não deve permanecer em desequilíbrio entre as partes, o Código de Defesa do Consumidor atua no equilíbrio contratual entre os pólos, afinal, o fornecedor, em comparação ao consumidor, é detentor de maior poderio econômico e informacional. Cabe mencionar que antes da Constituição Federal de 1988 não havia grande proteção ao consumidor e somente a partir da Lei Maior que foi dada a devida importância para as demandas consumeristas (DUARTE; FERREIRA, 2018, p. 7-9).

Após a criação da Lei nº 8.078/90, verificou-se que o Código de Defesa do Consumidor tratava de um microsistema jurídico, pois possui normas próprias para a regulamentação das relações de consumo. O microsistema de consumo é inspirado nas diversas áreas jurídicas como, por exemplo, o Direito Penal e o Direito Administrativo, mas possui regulamentação própria. O que não quer dizer que esse sistema seja desintegrado da Constituição Federal, pois todo o ordenamento deverá estar em consonância com a Lei Maior (DUARTE; FERREIRA, 2018, p. 7-9).

Nesse sentido, BRAGA NETTO (2017, p. 41) afirma:

Quando se fala em microsistema pode se dar a falsa ideia de algo isolado, estanque, sem nenhuma comunicação com o sistema jurídico integralmente considerado. Assim não é, nem poderia ser. Os microsistemas têm – como de resto qualquer outra norma – conexão direta com a Constituição da República, sendo inválidos se porventura a contrariem em algum ponto. Existem, assim, não como categoria à parte, mas integrados o todo normativo cujo ápice se encontra nas normas da Constituição.

De modo geral, os microsistemas jurídicos ganharam maior importância nos últimos tempos, afinal os códigos se tornaram insuficientes para resolver demandas específicas. Com uma sociedade em constantes mudanças, o Direito precisa se adaptar e se especializar às novas demandas sociais. Com o intuito de melhor gerir esses assuntos, os microsistemas jurídicos atuam de forma mais específica sobre determinados temas, como é o caso do Direito do Consumidor.

No que toca ao Direito do Consumidor, pontue-se que a sua expansão ocorreu na era do pluralismo jurídico e para a autora Claudia Lima Marques (2007,

62) há um sistema *sui generis*, um diálogo entre as fontes, principalmente, quando se fala do microsistema de consumo.

2.1 DOS ELEMENTOS DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Para que o Código de Defesa do Consumidor incida, é necessário que esteja configurada na situação fática concreta uma relação jurídica que envolva ao menos um consumidor, um fornecedor e um produto e/ou serviço. É importante salientar que essa determinação ocorre devido ao desequilíbrio entre os polos jurídicos e o CDC assume a função de justamente proteger os interesses e direitos dos consumidores, parte mais vulnerável da relação de consumo (DUARTE; FERREIRA, 2018, p. 9-10).

Cumprir mencionar que não é possível encontrar no CDC uma definição da relação de consumo, mas, tão somente elementos, divididos pela doutrina em elementos subjetivos e elementos objetivos.

Nesse sentido, Bruno Miragem (2016, p.155) afirma:

A identificação da relação de consumo e seus elementos é o critério básico para determinar o âmbito de aplicação do Código de Defesa do Consumidor e, portanto, das normas de direito do consumidor. Observa-se, aliás, que uma das mais recorrentes alegações de fornecedores para escapar à aplicação das normas protetivas do consumidor é de que a relação sob exame em um determinado processo não pode ser caracterizada como relação de consumo. Neste sentido, destaca-se a importância do estudo da definição do que se deva entender como relação de consumo, assim como a identificação de seus elementos para efeito da aplicação das normas do CDC.

Desse modo, é de suma importância a identificação dos elementos que compõem a relação jurídica, pois identificada uma relação de consumo, a mesma deve ser regida pelo Código de Defesa do Consumidor (NETO, 2018, p. 7-8).

2.1.1. Consumidores

O artigo 2º, do CDC define os consumidores como toda pessoa física ou jurídica, que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. A doutrina identifica os consumidores como dois tipos: o consumidor padrão, previsto no art. 2º, *caput*, do CDC, e o consumidor equiparado, entendido como o as vítimas do acidente de consumo, a coletividade e todas as pessoas que vierem a ser expostas a práticas

comerciais abusivas, contidos, respectivamente nos artigos, 17, 2, parágrafo único e 29, todos do CDC (BRASIL, 1990).

Para Cavalieri Filho (2014, p. 66-70), alguns elementos caracterizam o consumidor, quer seja consumidor padrão ou consumidor equiparado, a saber: *i.* adquirir o produto como destinatário fático; *ii.* adquirir o produto ou usufruir de um serviço para o seu uso, da sua família ou de quem lhe for subordinado; *iii.* não utilizar dos produtos ou serviços com proveitos econômicos, ou seja, a não profissionalidade; e, *iv.* a vulnerabilidade em todos os seus sentidos.

O artigo 2º, CDC, prevê o consumidor padrão como aquele que adquire um produto ou serviço como destinatário final, seja ele uma pessoa física ou pessoa jurídica (BRASIL, 1990). Esse posicionamento do Código, permitiu que surgissem duas teorias, a Teoria Maximalista e a Teoria do Finalismo, que buscaram explicar o que é consumir com destinação final (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 67).

A Teoria Maximalista, como o próprio nome dá a entender, maximaliza o conceito de destinação final do produto e/ou serviço adquirido. Para essa teoria, consumidor é todo aquele que adquire o bem, seja para uso pessoal ou até mesmo para atividades produtivas. Ou seja, considera-se consumidor até mesmo se o produto adquirido for utilizado na sua cadeia produtiva (MALVAZI, 2017, p. 5)

A Teoria Finalista, por outro lado, considera como consumidor quem adquire o produto e/ou serviço como destinatário final de forma fática e econômica. Nesse sentido, Demétrius Malavazi (2017, p. 3-4) afirma que o consumidor final é aquele que adquire um produto ou serviço com a finalidade de usufruto, não sendo utilizado para fins econômicos em uma cadeia produtiva.

Assim, percebe-se que os finalistas consideram o consumidor como o sujeito que adquire e, de fato, utiliza o produto e/ou serviço finalidade pessoal. É destinatário final quem utiliza do produto com a não profissionalidade, incluindo as pessoas jurídicas que adquirem produtos ou serviços para melhorias no próprio negócio (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 69).

A Teoria do Finalismo sofreu adaptações a partir das demandas sociais e jurisdicionais, sendo chamada atualmente de Teoria do Finalismo Mitigado. Essa teoria é aceita pelos tribunais brasileiros, inclusive pelo Superior Tribunal de Justiça – STJ, e visa abranger a proteção de maneira a incluir as pessoas jurídicas na tutela consumeirista.

Pelo caso concreto, é possível avaliar se a pessoa jurídica adquirente de produto e/ou serviço é vulnerável, e, por conseguinte, se poderá ser protegida pelo Direito do Consumidor. Frisa-se que a pessoa jurídica deve, necessariamente, ser considerada como extremamente vulnerável diante do fornecedor para que venha a ser protegida pelo Código de Defesa do Consumidor. Francisco Belache (2015, p. 1-2), completa esse entendimento afirmando que “a teoria finalista mitigada é uma interpretação mais ampla, aprofundada e madura dos princípios basilares do Direito do Consumidor”.

Os consumidores equiparados, como anteriormente destacado, estão previstos nos artigos 2º, parágrafo único, 17, e 29, todos do Código de Direito do Consumidor.

Nesse diapasão, conforme o art. 2º, parágrafo único, é equiparada a consumidor toda a coletividade, ainda que indeterminável, que haja intervindo nas relações de consumo (BRASIL, 1990).

Por sua vez, o artigo 1º determina que serão equiparados como consumidores todas as pessoas que não consumirem diretamente o produto como destinatárias finais, mas que sofrerem algum tipo de acidade de consumo, que atentem à saúde, vida ou segurança (BRASIL, 1990). É dada tal equiparação, pois um dos direitos básicos previstos no artigo 6º, I, do CDC, é o direito a proteção a saúde, a vida e a segurança, não podendo um erro no produto ou serviço deixar desamparada uma vítima (COSTA, da; *et al*, 2015, p. 2-3).

Assim como o CDC regula e protege a saúde, vida e segurança dos consumidores, também é assegurada aos consumidores a proteção as práticas comerciais abusivas. Desse modo o art. 29 prevê que serão equiparados aos consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas (BRASIL, 1990). Esse tipo de medida como, por exemplo, a venda casada, não é permitida pelo Código de Defesa do Consumidor e a mera exposição a tais práticas qualifica o consumidor como equiparado (COSTA, da; *et al*, 2015, p. 2-3).

O consumidor equiparado também conhecido como *bystander* é objeto de explicações de Fábio Gonçalves e Patrícia Gonçalves (2017, p. 8) ao afirmarem que:

O *bystander*, consumidor equiparado, pode ser qualquer um, que não participando da relação jurídica de consumo, isto é, mesmo não adquirindo diretamente qualquer produto ou não sendo contratante de algum serviço,

possa vir a ser lesionado, direta ou indiretamente. Exemplificando, o bystander surge quando o sujeito A, consumidor original, adquire o bem e o presenteia a um terceiro, sujeito B, consumidor equiparado, mas o bem apresenta algum vício ou problema; ou quando um serviço prestado a uma coletividade de pessoas, por ineficiência do fornecedor, vem a causar prejuízos a outras pessoas que não tenham relação com negócio jurídico estabelecido.

Cumprе ressaltar que a qualificação dos consumidores como “equiparados” é de suma importância para a manutenção da proteção dos direitos previstos no CDC, afinal o rol de pessoas protegidas não se resume as que consomem como destinatários finais (consumidor padrão), mas toda a coletividade sujeita a relação de consumo. Com a equiparação, o rol de proteção deixa de ser restrito e, como menciona Cavalieri Filho, “tais dispositivos funcionam como verdadeiras normas de extensão” (CAVALIERI, 2014, p. 77).

2.1.2. Fornecedores

Para o presente estudo é também necessário entender com quem foi firmada a relação jurídica de consumo, isto é, quem poderá ser responsabilizado por eventuais vícios no produto. Por conta disso, o Código de Defesa do Consumidor dispõe em seu artigo 3º (BRASIL, 1990) sobre figura do fornecedor:

Art. 3º 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.

O legislador prioriza a proteção do consumidor ao definir quem será fornecedor, haja vista que toda a cadeia produtiva poderá ser considerada como tal. Da fabricação e criação, aos intermediários e até mesmo o comerciante podem ser vistos como fornecedores para fins consumeristas.

Para ser caracterizado como fornecedor, é necessário o exercício da atividade profissional e não eventual, com finalidade econômica (CAVALIERI, 2014, p. 80-81).

Os entes despersonalizados também são incluídos pelo legislador como fornecedores, como, por exemplo, a massa falida e as pessoas jurídicas de fato. Esses entes são incluídos com a finalidade de maior proteção do consumidor, pois mesmo

que a pessoa jurídica tenha falido, os seus produtos disponíveis no mercado ainda deverão ser regulamentados. O mesmo ocorre com a pessoa jurídica que não está devidamente inscrita, mas que desempenha atividades econômicas. O consumidor não pode, nesses casos, ficar desamparado e, por esse motivo, os entes despersonalizados também são considerados como fornecedores de produtos e serviços (RIZZATO NUNES, 2015, p. 35).

Para Thiago Rocha (2018, p. 6), existem três classificações de fornecedores no Direito Brasileiro: o fornecedor real, o fornecedor aparente e o fornecedor presumido. Segundo o autor, o fornecedor real é o produtor, fabricante ou construtor, ou seja, aquele sujeito expressamente previsto no CDC. O fornecedor aparente é aquele que não participa do processo de criação, mas por ter sua marca aliada ao produto e/ou serviço deverá incidir a Teoria da Aparência. Por fim, o fornecedor presumido como o importador. O autor completa afirmando que o fornecedor, de modo geral, é aquele que distribui os riscos dentro da relação de consumo.

É de suma importância entender que o fornecedor não precisa, necessariamente, ser uma pessoa jurídica, incluindo na relação de consumo as pessoas físicas que atuam de forma habitual no desenvolvimento de um produto e/ou serviço.

Uma grande discussão, atualmente já pacificada, é a dos médicos serem incluídos ou não como fornecedores na relação de consumo. A doutrina predominante e os tribunais entendem que o médico quando atua em nome próprio como profissional liberal será considerado como fornecedor e, nesse caso, a eventual responsabilidade será apurada mediante a confirmação de culpa. No entanto, quando atuarem na prestação de serviços para um hospital, por exemplo, o médico não será considerado fornecedor para fins consumeristas (CAVALCANTI, NETO, 2006, p. 211)

Outra grande discussão recai sobre os serviços advocatícios, ou seja, se os advogados no exercício da profissão podem ser considerados como fornecedores de um serviço ou não. Uma parcela da doutrina acredita que esses profissionais quando desempenham o serviço como profissionais liberais deveriam ser incluídos na relação de consumo. No entanto, a doutrina majoritária e os entendimentos dos tribunais é de que os serviços advocatícios não se configuram como contratos de consumo, mas como um contrato baseado na confiança e regido pelo Estatuto da Ordem dos Advogados (CAVALCANTI, NETO, 2006, p. 212).

Nesse sentido, o Superior Tribunal de Justiça (BRASIL, 2019):

A relação jurídica firmada entre advogado e cliente não caracteriza relação de consumo, sendo, portanto, inaplicáveis as regras do Código de Defesa do Consumidor. Na verdade, trata-se de contrato regido pelo Estatuto da Ordem dos Advogados do Brasil, baseado na relação de confiança entre o cliente e seu advogado, de modo que deve ser validada a cláusula de eleição do foro para resolução das demandas relativas ao contrato.

Ainda, para a definição de fornecedor é necessário que haja habitualidade e remuneração, ou seja, o sujeito deve exercer atividade econômica de maneira não eventual, que vise a remuneração.

Desse modo, os fornecedores estão previstos no artigo 3º, do Código de Defesa do Consumidor, não sendo possível enquadrar nesse conceito os profissionais liberais que atuarem em nome de pessoas jurídicas e, também, condomínios e associações, pois esses atuam em consonância com os seus objetivos sociais próprios, definidos por assembleia ou conselho (TARABORI, 2016, p. 5-6).

2.1.3. Produtos

Para que seja considerada uma relação de consumo, além dos consumidores e dos fornecedores, é necessário um produto e/ou serviço, ou seja, é necessário um elo de interesse entre as partes.

O Código de Defesa do Consumidor define no artigo 3º, § 1º que “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial” (BRASIL, 1990). O conceito de produto é bastante abrangente de forma proposital, pois juntamente com a Teoria do Finalismo Mitigado, adotada pelo Superior Tribunal de Justiça, busca-se dar maior proteção ao consumidor. Para essa teoria, consumidor não é somente quem compra o produto e/ou serviço, mas quem os utiliza como destinatário final, quem de fato usufrui (SANTOS, 2016, p. 2).

O produto durável é aquele em que se espera qualidade e bom funcionamento em um tempo útil, tido como durável. Cumpre mencionar que não existe um prazo eterno de duração, pois o desgaste natural não é considerado pelo CDC como vício no produto, salvo se o próprio fornecedor der alguma garantia sobre o desgaste.

Da mesma forma, o produto não durável e a “amostra grátis” são protegidos pelo Código de Defesa do Consumidor. Não obstante o produto não durável se acabar com o uso como, por exemplo, produtos alimentícios, é garantia a proteção durante o uso e os efeitos decorrentes desse uso. Igualmente, as amostras grátis estão submetidas a todas as regras de qualidade, garantias e durabilidade (NUNES, 2014, p. 137-141).

2.1.4. Serviços

Para ser considerado um serviço previsto pelo Código de Defesa do Consumidor, é necessário que o mesmo seja remunerado, incluindo os serviços de remuneração indireta como, por exemplo, transporte coletivo para maiores de 65 (sessenta e cinco) anos, estacionamentos gratuitos em *shoppings centers* e supermercados, bem como os serviços médicos gratuitos prestados por associações aos seus associados. Nesses exemplos ocorre uma remuneração embutida no serviço, de maneira que deve ser considerada a relação como uma relação de consumo (SANTOS, 2016, p. 2-3).

Cumprido salientar que o CDC prevê no art. 3º, § 2º, os serviços bancários, os quais embora possuam legislação própria, quando a demanda envolver uma relação de consumo deverá ser regida pelo Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990). Os serviços bancários são assim considerados em decorrência de quatro elementos: por serem serviços remunerados, por serem oferecidos de modo amplo, por serem contratados por pessoas de menor poderio econômico e informacional (vulneráveis), e, pelo exercício de atividade não eventual (TARABOLI, 2016, p. 5-6).

Bruno dos Santos (2016, p. 9) também cita os serviços públicos como passíveis de regulamentação pelo Código de Defesa do Consumidor, quando esses decorrerem de serviços considerados como *uti singuli*.

Nesse sentido, o autor afirma:

O serviço público só é regido pelo CDC quando for remunerado, de forma direta e voluntária, pelo consumidor. De fato, o CDC cuida apenas dos serviços remunerados (§2º do art.3º). Exemplos: água, luz, telefone, metrô etc. Referidos serviços são chamados de impróprios ou *uti singuli* e são remunerados por tarifas ou preços públicos. Vale lembrar que a tarifa é uma remuneração facultativa. Já os serviços públicos próprios ou *uti universi*, remunerados por impostos ou taxas, cujo pagamento é obrigatório,

independente, portanto, da vontade do contribuinte, submete-se aos ditames do direito administrativo e do direito tributário.

Os serviços públicos pagos por tarifas, e não por tributos, são regulados pelo Código de Defesa do Consumidor. Esses serviços podem ainda ser executados diretamente pelo Poder Público, através dos seus órgãos presentes na estrutura administrativa ou, também, prestados de forma indireta, quando o próprio Poder Público cede a administração de determinados setores à particulares (NUNES, 2014, p. 85-87).

2.2 DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Os direitos básicos do consumidor surgem da necessidade de maior no que toca à sua proteção, haja visto ser o consumidor parte mais vulnerável da relação jurídica de consumo.

Ao mesmo tempo que se criam direitos, implementam-se também deveres para a outra parte, a saber os fornecedores.

Elencados no artigo 6º, do Código de Direito do Consumidor, esses direitos básicos são obrigações legais dos fornecedores e, ainda, que o consumidor não tenha plena ciência dos seus direitos, eles devem ser seguidos sob pena de configurarem ilícito absoluto e se sujeitarem à penalidades previstas na área civil, penal e administrativa (CAVALIERI, 2014, p. 98-99).

2.2.1. Direito à vida, direito à saúde e direito à segurança

O direito à vida, à saúde e, sobretudo, à segurança decorrem do princípio universal da dignidade da pessoa humana. Para além da finalidade a que o produto se destina, esse produto deve ser seguro e não colocar em risco a vida e a saúde dos consumidores e de terceiros. É dever dos fornecedores colocar a disposição do mercado, produtos que estejam em consonância com as exigências e padrões exigidos por cada setor. É sabido que cada produto requer um tipo de segurança diverso, sobretudo, os que envolvem maiores riscos como, por exemplo, automóveis. Antes de lançarem à disposição do mercado, os fornecedores devem estar atentos aos padrões exigidos, sob pena de possível sanção administrativa, civil e, até mesmo, penal (CAVALIERI, 2014, p. 100-101).

O direito à saúde, à vida e à segurança é frisado pelo legislador no artigo 4º, *caput* e no artigo 6, inciso I, ambos do CDC. Desse modo, percebe-se a importância que é dada à proteção desses direitos que perpassa por todos os consumidores, sejam eles padrão ou equiparados.

Além disso, o legislador ao assegurar esses direitos, automaticamente assegura outros dois: o dever de informação claro, objetivo, ostensivo e transparente, e, também assegura a reparação de eventuais danos que vierem a ser causados pelo fornecedor que não prezar pela saúde, vida e segurança dos consumidores (NUNES, 2015, p. 174-175).

2.2.2. Direito à educação para consumo

Como sabido, o consumidor detém menor conhecimento consumerista comparado ao fornecedor, por isso, torna-se de suma importância a educação para ao consumo.

A finalidade na ampliação da educação do consumidor é ampliar o seu direito de escolha e o seu direito à igualdade das contratações. O consumidor deve estar consciente e esclarecido sobre as suas escolhas no âmbito consumerista.

O direito à educação envolve o aspecto formal e o informal. No âmbito formal, deve haver educação consumerista nas escolas públicas e privadas, assim como em universidades. Para o âmbito informal, a educação para o consumo deve ser feita em canais de mídias que possibilitem efeitos educativos em grande escala como, por exemplo, mídia televisiva e redes sociais (CAVALIERI, 2014, p. 101-102).

2.2.3. Direito à informação

O direito à informação decorre, principalmente, do princípio da boa-fé e dos seus deveres anexos, como o dever da transparência e o dever da cooperação. Baseado no Direito Europeu, o direito à informação é fundamental para o consumidor, tido como parte mais vulnerável da relação jurídica. Como um dos meios que visam o equilíbrio entre fornecedor e consumidor, a informação deve ser abrangente e clara, incluindo as condições de contratação, as características do produto adquirido e os seus eventuais riscos (MIRAGEM, 2018, p. 226).

O dever de informação é essencial na seara consumista, haja vista que o fornecedor é quem possui todas as informações relevantes sobre o produto, os seus riscos e funcionalidades. Assim, o consumidor deve ser informado de maneira clara, ostensiva, precisa e sem omissões, sobretudo, se o produto em questão tiver maior risco à saúde, à vida e à segurança (NUNES, 2015, p. 183).

Para Cavalieri Filho (2014, p. 103), o dever de informação é decorrente do dever de transparência e encontra-se ligado diretamente com a vulnerabilidade do consumidor. Isto porque, o consumidor não possui as ferramentas necessárias para obter as informações sobre o produto, e somente o fornecedor detém o domínio do processo produtivo. O autor ainda pondera que a informação é essencial para a liberdade de escolha do consumidor e que esta informação deve ser abrangente, não somente na compra do produto, mas em todo o processo de escolha, compra e utilização.

Nesse sentido, João Paulo de Campos Dorini (2010, p. 47-48,) afirma:

O exercício de escolha mostra-se, assim, como uma das principais facetas do acesso ao consumo. Só há efetivo acesso ao consumo se a escolha for livre e consentida, o que inclui o necessário conhecimento do consumidor de todas as cláusulas do contrato de consumo, dos riscos a sua saúde e segurança, a possibilidade de exercer o direito de arrependimento, a proibição de veiculação de publicidade abusiva ou enganosa etc. Pressupõe, ainda, para que de escolha efetivamente se trate, que o produto ou serviço oferecido não o seja apenas por uma empresa ou por um oligopólio: a concorrência é fundamental para o exercício da livre escolha.

Desse modo, a informação cumpre papel essencial na manifestação de escolha livre e consentida do consumidor. O fornecedor deve agir de modo cooperativo e transparente na relação de consumo e passar todas as informações necessárias, inclusive, para que a experiência de compra seja positiva. O dever de informação perpassa pela pré-venda, pela venda e, até mesmo, pela pós-venda (CAVALIERI FILHO, p.104-105, 2014).

2.2.4. Direito à proteção contra à publicidade enganosa ou abusiva

A proteção contra à publicidade enganosa e às cláusulas abusivas visa impedir o comportamento abusivo do fornecedor, tanto por meio de publicidades e anúncios equivocados, como por meio de cláusulas contratuais que forcem o consumidor a desistir de seus direitos ou a aderir determinados serviços. É importante

mencionar que o rol previsto no art. 6º, IV, do Código de Defesa do Consumidor, é exemplificativo, pois todo comportamento que vise o abuso de direito deve ser combatido, não somente os previstos na Lei (MIRAGEM, 2016, p. 227).

Em uma relação de consumo, as cláusulas contratuais devem ser claras, objetivas e de comum acordo. Não podem versar somente pelo interesse do fornecedor, pois por possuir o maior poderio econômico e informacional, o mesmo não deve impor nenhum tipo de cláusula abusiva. Insta salientar que esse tipo de prática enseja a má-fé do fornecedor, infringindo o princípio da boa-fé entre as partes.

Quando ocorrem cláusulas contratuais abusivas, é comum a utilização de critério enumerativo ou exemplificativo, no qual é considerada nula a cláusula contratual abusiva e o restante do contrato válido. No entanto, como previsto no art. 51, § 2º, CDC, se for comprovado o ônus excessivo para o consumidor, o contrato poderá ser invalidado na sua totalidade (MIRAGEM, 2016, p. 228).

2.2.5. Direito à proteção contratual

O direito a proteção contratual possui respaldo na autonomia da vontade, direito de todos os cidadãos que, ao firmarem contratos, estabelecem relações jurídicas que devem ser manifestadas de forma hígida e longe de vícios. Os contratos consumeristas são respaldados na autonomia da vontade, assim como os contratos civis, no entanto, possui nuances que visam dar maior proteção ao consumidor.

Nesse sentido, os contratos que forem firmados entre fornecedores e consumidores, podem ter a suas cláusulas modificadas caso fique comprovada existência de prestações desproporcionais ou fatos supervenientes que tornem as prestações extremamente onerosas (CAVALIERI, 2014, p. 110-111).

A modificação das cláusulas contratuais ocorre quando o contrato já nasce infringindo a proteção do consumidor ao conter cláusulas em desacordo com a sua manifestação de vontade, ou seja, quando há lesão contratual. Já a revisão das cláusulas ocorre quando fator superveniente torna as cláusulas excessivamente onerosas, tornando o contrato insustentável ao consumidor.

Essas intervenções ocorrem para que seja salvaguardado os princípios da boa-fé, da equidade e da função social do contrato, os quais vedam qualquer tipo de lesão e enriquecimento ilícito (CAVALIERI, 2014, p. 111).

2.2.6. Direito à prevenção e reparação de danos

Como forma de proteção, é direito do consumidor a prevenção e reparação efetiva de danos que vierem a ser causados. Esse direito é uma forma de assegurar os princípios da informação, da prevenção e seguranças, previstos pelo Código de Defesa do Consumidor. Assim, todo aquele que for lesado, seja o consumidor padrão ou os consumidores equiparados, deve ser reparado civilmente (CAVALIERI, 2014, p. 112).

O CDC prevê mecanismos efetivos de reparação através da responsabilidade civil do autor do dano, seja por meio de danos morais, materiais, individuais, coletivos e difusos. O autor do dano deve ressarcir integralmente o consumidor e as sanções possuem a finalidade de desestimular o comportamento ilícito do fornecedor que não cumprir com os deveres de informação, boa fé e proteção ao consumidor (NUNES, 2015, p. 189-190).

2.2.7. Direito à proteção administrativa, jurídica e técnica

A proteção jurídica, administrativa e técnica ao consumidor é assegurada amplamente, de modo a garantir o abono e isenção de taxas, custas e atendimento preferencial. O direito e acesso dos consumidores a esses órgãos é prevista no artigo 6º, VII, do Código de Defesa do Consumidor (NUNES, 2015, p. 191).

Cabe mencionar que essa proteção jurídica já é dada a todos os cidadãos desde 1950 por meio da Lei nº 1.060/50, a qual assegura a assistência judiciária gratuita a todas as pessoas que necessitarem recorrer às justiças civis, penais, militares ou do trabalho e que seja configurada situação econômica que não lhe permita o pagamento das custas do processo e dos honorários de advogados (NUNES, 2015, p. 191).

Os mecanismos para o acesso à justiça estão previstos no artigo 5º, do CDC, e entre eles, como dito, está a assistência judiciária integral e gratuita para os consumidores que forem considerados como hipossuficientes economicamente. O consumidor também poderá ter acesso ao Programa de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON, no qual poderá oferecer reclamações, além de denúncias a agências reguladoras e ajuizamento de ação em Juizados Especiais e/ou varas especializadas para demandas consumeristas (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 113-114).

2.2.8. Direito à inversão do ônus da prova

Considerado como parte mais vulnerável na relação jurídica, o consumidor poderá pedir a inversão do ônus da prova em demanda consumerista, sempre que houver prevista a verossimilhança das alegações e a hipossuficiência comprovada. É importante salientar que a inversão do ônus da prova não ocorre de maneira automática e baseada simplesmente na vulnerabilidade do consumidor, mas somente quando comprovado os dois critérios acima mencionados (NUNES, 2015, p. 860-861).

A verossimilhança das alegações ocorre quando o conjunto de informações disponibilizadas possibilita a grande chance de veracidade do conteúdo, ou seja, quando se tratar de um conteúdo persuasivo. Para definir a verossimilhança, deve-se analisar o caso concreto, pois não existe uma norma determinando o que é ou não é verossimilhante (NUNES, 2015, p. 862).

A verossimilhança denota a ideia de verdade, uma aparência forte de verdade nas alegações disponíveis. A inversão do ônus da prova ocorre quando essa verossimilhança é identificada e possibilita a dispensa de produção de outras provas pelo consumidor.

Nesse sentido, Lavagnoli (2016, p. 9) afirma:

A verossimilhança é extraída do juízo de probabilidade, ao passo que a alegação do consumidor deve ser tida como provavelmente verdadeira. O juiz deve aceitar como provável, e não restritamente verdadeira. Ou seja, em suas alegações, o consumidor não precisa provar veementemente o fato, do contrário não haveria nenhuma necessidade da inversão do ônus da prova. Logo, o instituto perderia sua razão jurídica.

A hipossuficiência é diferente da vulnerabilidade. Ao passo que a vulnerabilidade é característica intrínseca do consumidor, entende-se como hipossuficiente o consumidor que possui falta de capacidade econômica, social, informacional e cultural, e por esses motivos torna inviável a produção de provas frente ao fornecedor.

A hipossuficiência deve ser provada para que o ônus da prova seja invertido, ela não ocorre automaticamente. Insta mencionar que não é necessário a cumulação dos dois critérios para que seja invertido o ônus da prova. Isto é, perfeitamente possível que seja alegada em favor do consumidor somente a verossimilhança ou a hipossuficiência (LAVAGNOLI, 2016, p. 9-10).

2.2.9. Direito à eficiência dos serviços públicos

Os serviços públicos passíveis de regulação pelo Código de Defesa do Consumidor são os serviços *uti singuli*, ou seja, aqueles prestados de forma específica e individualizada como, por exemplo, o fornecimento de água e energia. Esse tipo de serviço público pode ser prestado pelo Estado tanto de forma direta como indireta, através de contratos de concessão ou permissão, mediante a cobrança de uma taxa, que não possui a característica da compulsoriedade dos tributos (CAVALIERI, 2014, p. 116-117).

Nesse particular, Cavalieri Filho (2014, p. 117) enfatiza o pensamento ao afirmar que “a eficiência não é um *plus*, mas um dever e remete a um resultado prático.”.

A eficiência recai para o serviço a que ela se destina que devem ser de qualidade, útil, seguro e adequado. A grande discussão era o que seria considerado como “serviço adequado”, no entanto, já encontra-se pacificado o entendimento de que serviço adequado e eficaz é o serviço público prestado de forma contínua, sem interrupção, salvo na hipótese de inadimplemento do consumidor.

O serviço deve ser prestado de modo a gerar credibilidade e confiança no consumidor e caso o Estado deixe de prestar o serviço com eficiência, poderá ser responsabilizado na seara civil e administrativa por infringir um direito e atuar de forma desrespeitosa (MIRAGEM, 2016, p. 252).

3 OS PRINCÍPIOS BASILARES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Os princípios, assim como as regras, possuem caráter normativo e basilar nas soluções das demandas sociais. Esse é o entendimento atual do ordenamento jurídico brasileiro, no entanto nem sempre foi assim. Faz-se necessário a menção de três marcos históricos nesse diapasão: o positivismo clássico, o positivismo moderno e o pós-positivismo (LIMA, 2018, p. 29)

O positivismo clássico, que possui como expoente o autor Hans Kelsen no início do século XIX, exaltava o uso das regras como leis soberanas para decisões de demandas sociais e restringia o uso dos princípios, de modo que o magistrado deveria utilizar somente as regras. O positivismo moderno, no entanto, ampliou a importância dos princípios e estes passaram a ser utilizados quando as regras não fossem suficientes para a melhor decisão no caso concreto. A visão positivista moderna foi ampliada no pós-positivismo, de maneira que os princípios passaram a ser utilizados em caráter normativo, assim como as regras, e sem grau de inferioridade (LIMA, 2018, p. 29). Desse modo, os princípios passam a ser considerados como normas e devem ser utilizados como base em todas as decisões judiciais.

Os princípios desempenham várias funções mais amplas e importantes e não se restringem somente a um mecanismo saneador de lacunas. Primeiramente, possuem uma função estruturante no ordenamento jurídico, ou seja, dar harmonia e unidade no ordenamento como um todo. Funcionam, assim, como base e estrutura, motivo pelo qual os princípios do Direito do Consumidor devem ser cumpridos e utilizados visando a estabilidade e harmonia (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 34-35).

Os princípios também possuem a função de orientar a atuação do magistrado nas suas decisões, tendo em vista que são os grandes norteadores do ordenamento, flexíveis a melhor interpretação do caso concreto. Ainda, possuem a função de estabelecer a obrigatoriedade da adoção de determinados comportamentos como, por exemplo, o princípio da boa-fé que impõe às partes os deveres de lealdade, cooperação e transparência (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 34-35).

O Código de Defesa do Consumidor prevê princípios basilares, ou seja, norteadores. Os mesmos devem ser utilizados para proteção das partes, principalmente, para salvaguardar os direitos do consumidor.

Os principais princípios do CDC são: *i.* princípio da boa-fé objetiva; *ii.* princípio da transparência e informação; *iii.* princípio da equidade; *iv.* princípio da

confiança; e v. o princípio da segurança. Todos serão analisados abaixo de forma mais detalhada.

Para Garcia (2017, p. 59):

O objetivo é defender o consumidor, de modo a garantir que a sua proteção não quebre a harmonia das relações de consumo para que, de forma efetiva, contribua com o desenvolvimento econômico e tecnológico, viabilizando inclusive a concretização dos princípios constitucionais da ordem econômica, previstos no art. 170 da CF.

Desse modo, os princípios consumeristas devem ser garantidos e efetivos, visando a proteção do consumidor e das garantias constitucionais. A utilização dos princípios no âmbito consumerista possibilita a maior adequação da norma ao caso concreto e, conseqüentemente, uma decisão mais justa (GARCIA, 2017, p. 59).

3.1 O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

O princípio da boa-fé objetiva é previsto em todo ordenamento jurídico, não esgotando a sua atuação nas demandas consumeristas. Esse princípio deve ser considerado como um padrão ético comportamental em que as partes devem atuar de forma cooperativa, leal e transparente, durante toda a relação jurídica. Trata-se de uma via de mão dupla, já que as duas partes, tanto o consumidor quanto o fornecedor, devem atuar de modo ético. Todo contrato, seja de qual for a seara, contém a cláusula implícita da boa-fé, motivo pelo qual deve ser observado mesmo que não escrito expressamente no instrumento contratual (CARVALHO, 2016, p.14-15).

A boa-fé possui uma tríplice função: interpretativa, criadora de deveres anexos e restritivas ao exercício de direito.

Possui a função de interpretar as cláusulas contratuais baseada na cooperação, lealdade e transparência entre os envolvidos na relação jurídica. Possui também a função de criação de deveres anexos, que integram o contrato visando dar maior confiança e segurança para ambas as partes, visto que os deveres não são obrigações unilaterais, mas de todos os contratantes. E a boa-fé possui ainda a função de limitação no exercício de direitos, com o objetivo de dar maior segurança jurídica entre as partes e os seus direitos envolvidos (SCHREIBER, 2012, p.157-160).

Na seara consumerista, o princípio da boa-fé atua de modo a equilibrar os polos da relação jurídica, já que o consumidor é a parte mais vulnerável e necessita

de proteção. A boa-fé possui função integrativa e não se esgota no cumprimento do contrato, mas em todo o processo que envolve a fase pré contratual, contrato e pós contratuais (COSTA, 2018, p.209-213).

O fornecedor, possui alguns deveres para com o consumidor, tais quais: transparência durante toda a relação jurídica, principalmente no dever de informação ao consumidor e confiança, de que não ocorrerão abusos de direito. O princípio da confiança e o princípio da transparência, decorrem da boa-fé objetiva e da necessidade de manutenção do equilíbrio contratual entre fornecedor e consumidor (COSTA, 2018, p.209-213).

Cabe mencionar que o consumidor também possui o dever de atuar com boa-fé durante toda a relação jurídica. Desse modo, não poderá agir de modo a criar riscos, omitir ou mentir sobre falta de informações ou até mesmo sobre risco do produto. Agindo de tal forma, o consumidor se comporta diferente do esperado para o bom equilíbrio da relação jurídica entre as partes (COSTA, 2018, p. 212-213).

A maior finalidade do princípio da boa-fé é garantir que uma ação seja realizada sem que ocorra qualquer abuso ou má-fé para a outra parte, de modo que ambas as partes atuem de modo cooperativo e transparente. (CAVALIERI FILHO, 2014, p.41-43)

Cabe frisar que o intuito da boa-fé é salvaguardar todos os atos da relação jurídica e não somente o cumprimento da obrigação principal, incluídas também as obrigações acessórias. A boa-fé, então, pode ser considerada como “pré-condição abstrata de uma relação ideal, disposta como um tipo ao qual o caso concreto deve se amoldar” (NUNES, 2015, p. 182).

3.2 O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA E INFORMAÇÃO

O princípio da transparência e da informação é decorrência do princípio da boa-fé objetiva, no qual, as partes devem atuar baseados em comportamentos éticos. O consumidor possui como direito a informação. Essa informação deve ocorrer do modo mais claro, simples e objetivo, para que cumpra a sua finalidade de informar o consumidor sobre o produto ou serviço adquirido. Quem detém poderio informacional é o fornecedor e este deve atuar de modo transparente com o consumidor, de maneira a alertá-lo sobre os preços, perigos e melhor modo de utilização (CARVALHO, 2016, p.13).

O dever de informar do fornecedor deve ocorrer de modo a não criar barreiras que permitam o acesso a informação do consumidor e nem atuar de modo a omitir desvantagens na aquisição de produto ou serviço ou até mesmo criar vantagens que não existem, através da propaganda enganosa. O objetivo do princípio da informação e transparência é justamente proteger o consumidor desses tipos de práticas comerciais, com a finalidade de transparência total entre as partes (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 45).

O direito à informação é de suma importância nas relações consumeristas, visto que o consumidor é a parte mais frágil da relação jurídica. Por esse motivo, o Código de Defesa do Consumidor em diversos artigos reforçou a importância da informação clara e objetiva. O artigo 46, CDC, (BRASIL, 1990) prevê que os consumidores não serão obrigados a cláusulas contratuais que não lhes forem dadas a oportunidade de conhecimento prévio do seu conteúdo, além de cláusulas que não sejam de fácil compreensão.

Nesse sentido, Cavalieri Filho (2014, p. 46) afirma:

O princípio da transparência inverteu os papéis tradicionais. Antes era o consumidor que tinha que correr em busca da informação. Quando ia comprar um carro usado em uma agência, tinha que vira-lo do avesso para não ser enganado; antes de fazer um contrato de seguro, tinha que procurar conhecer as cláusulas gerais arquivadas em um cartório qualquer lá no fim do mundo. Hoje, como assinalado, os papéis se inverteram e é o fornecedor que tem o dever de informar, dever esse que persiste não só na fase pré-contratual, quando as informações são fundamentais para a decisão do consumidor, mas até na fase pós contratuais, como se vê no art.10, §1, do CDC.

O entendimento do art. 4º, do Código de Defesa do Consumidor, permite identificar o princípio da transparência como norteador das relações contratuais consumeristas. O fornecedor passar todas as informações necessárias ao consumidor e devem ocorrer de modo mais claro e objeto possível, de fácil entendimento. Esse princípio deve ser utilizado durante toda a relação jurídica, inclusive na fase pré-contratual, em que as partes necessitam das informações claras para determinar a sua livre manifestação de vontade (MARQUES, 2002, p. 594-595).

3.3 O PRINCÍPIO DA CONFIANÇA

O princípio da confiança, mesmo não estando previsto expressamente no Código de Defesa do Consumidor, é derivado do princípio da boa-fé, pois só há confiança quando a boa-fé das partes é demonstrada.

A confiança é a credibilidade atingida pelo fornecedor de que as expectativas do consumidor serão atendidas como, por exemplo, em um seguro de acidentes, o consumidor confia de que se houver algum extraordinário, receberá a sua indenização e poderá recompor o prejuízo (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 47).

Nos contratos clássicos, as cláusulas contratuais são definidas pelas partes de forma conjunta e para esses contratos há a prevalência o princípio do *pacta sunt servanda*. No entanto, com a chegada da contemporaneidade, as demandas contratuais aumentaram de forma considerável e os contratos passaram a ter cláusulas pré-estabelecidas por uma das partes. A massificação e a padronização de cláusulas não permitem que o consumidor atue conjuntamente na relação jurídica, de maneira que somente lhe resta a opção de aceitar o que foi imposto no contrato ou desistir da aquisição do produto e/ou serviço (MATA, 2018, p. 56).

Os contratos de adesão não geram no consumidor a confiança de que a suas necessidades serão atendidas, pois de maneira imposta lhe é dada a opção de aceitar ou não as cláusulas, sem negociação. Em contrapartida, os contratos clássicos, que preveem a elaboração e negociação de cláusulas de forma conjunta, gera mais confiança para a parte contratante de que as demandas serão cumpridas. A confiança, tão importante na relação jurídica dos contratos civis, é ainda mais importante na seara consumista, visto que o consumidor é a parte mais frágil dos pólos (LIMA, 2018, p. 56).

Claudia Lima Marques (2014, p. 187-188) explica o tema em questão:

O indivíduo decide se aquela atividade, oferta ou contexto de consumo, merece a sua confiança. Efetivamente, se confiarmos no parceiro contratual, atuamos de forma mais simples e direta. Nesse caso, muitas coisas podem ser não ditas, ficam pressupostas, compartilhadas pela nossa cultura e base social comum, em silêncio. São os elementos normais naquele tipo de contrato, nos usos e costumes daquele tipo de mercado ou no contrato entre profissionais e leigos, como os de consumo. Se confiarmos, o contrato não precisa ser escrito e, se o for, não terá 10 ou 20 páginas, mas apenas duas. Se não confiarmos, temos de tudo evitar e tudo prever, prever, em resumo, o conflito... move-nos a desconfiança.

Hoje, também, os consumidores estão desconfiados, querem segurança, esperam proteção da lei, sabem seus direitos de consumidores e não aceitam mais a falta de qualidade, de informação, de cuidado ou de lealdade, sem reclamar, sem atuar, sem visualizar o dano ou exigir futura reparação, mesmo que por danos morais. O contrato de massa transforma-se assim, por vezes, em um estranho campo de batalha de formas e cláusulas.

A confiança do consumidor é a sua certeza de que as obrigações firmadas com o fornecedor serão cumpridas. Essa confiança deriva da prática comercial envolvida e que geralmente ocorre por meio da publicidade e propaganda. No Direito do Consumidor, a oferta é importante veículo de determinação da confiança entre as partes, pois a oferta vinculada deve ser cumprida. A vinculação da oferta é prevista no artigo 30, do CDC, e somente é excluída quando houver erro grosseiro e má-fé do consumidor (LIMA, 2014, p. 3-5).

O princípio da confiança atua como uma espécie de princípio base das relações jurídicas, no qual a sua função principal é salvaguardar os princípios derivados da boa-fé, como por exemplo, a lealdade e a transparência. Cabe frisar que a confiança, assim como os deveres anexo, deve estar presente em ambas as partes. Nenhuma relação jurídica começa com as partes acreditando no inadimplemento e na desconfiança, mas torna-se necessário com o decorrer dos fatos que essa confiança seja mantida, tanto pelo fornecedor quanto pelo consumidor. Um exemplo clássico de confiança e transparência do consumidor ocorre em um contrato de seguro de vida, no qual se deve informar de forma verídica todos os dados necessários para o seu cadastro. Omitir alguma informação é atuar de modo contrário ao princípio da confiança e da boa-fé (LIMA, 2014, p. 3-5).

3.4 O PRINCÍPIO DA EQUIDADE

A equidade possui diversos significados no Direito, mas na sua abordagem mais moderna, a equidade significa a busca pelo equilíbrio, por um direito mais justo e imparcial. No Código de Defesa do Consumidor, o princípio da equidade é mencionado, expressamente, no artigo 7º e no artigo 51, e de um modo geral em todo o CDC, já que o a relação jurídica consumerista é desigual entre as partes e o Código visa justamente equilibrar e proteger a parte mais vulnerável, ou seja, o consumidor (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 54-55).

Segundo Claudia Lima Marques (2002, p. 52-53):

Como se observa na sociedade de massa atual, a empresa ou mesmo o Estado, pela sua posição econômica e pelas suas atividades de produção ou de distribuição de bens ou serviços, encontram-se na iminência de estabelecer uma série de contratos no mercado. Estes contratos são homogêneos em seu conteúdo (por exemplo, vários contratos de seguro de vida, de compra e venda a prazo de bem móvel), mas concluídos com uma série ainda indefinida de contratantes. Logo, por uma questão de economia, de racionalização, de praticidade e mesmo de segurança, a empresa predispõe antecipadamente um esquema contratual, oferecido à simples adesão dos consumidores, isto é, pré-redige um complexo uniforme de cláusulas, que serão aplicáveis indistintamente a toda esta série de futuras relações contratuais

A relação jurídica de consumo entre o fornecedor e o consumidor já nasce desproporcional, devido aos contratos de adesão firmados entre as partes. Nesse tipo de contrato, as cláusulas contratuais já estão pré-estabelecidas e não há qualquer manifestação de vontade acerca das cláusulas pactuadas. Desse modo, o princípio da equidade, visa proteger o consumidor ao buscar o equilíbrio da relação jurídica (SILVA, 2017, p. 7-8).

O princípio da equidade é aplicado conjuntamente com o princípio da boa-fé, como um corretivo para situações que podem vir a gerar injustiças ou provocar vantagens injustas a uma das partes. A equidade anda ao lado da boa-fé, pois ambas conduzem o juiz na aplicação das medidas para o equilíbrio contratual (NUNES, 2015, p. 678).

Para Cavalieri Filho (2014, p.55), embora a equidade possua diversos significados ao lado da história, ela cumpre três funções: a função valorativa, a função integrativa e a função corretiva.

3.4.1. Equidade valor

A equidade valorativa perpassa por todos os princípios do direito e determina ao legislador que formule as leis baseado em meios proporcionais. Durante toda a história do Direito, a equidade valorativa contribuiu para as bases principiológicas, com a função de tornar mais justa e real as normas ao caso concreto. A equidade valorativa conduz, justamente, a atividade legislativa na elaboração de leis mais fiéis ao caso concreto e as demandas da sociedade. Atua visando a justiça, pois a justiça e a equidade são proporcionais (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 55-56).

3.4.2. Equidade integrativa

Como o nome bem explica, a equidade integrativa tem a função de integração. Desde a época de Aristóteles, filósofo grego, a função de integração das normas ao caso concreto já era mencionada. Essa constatação feita por um dos primeiros filósofos gregos decorre do fato de que a lei, para muitos casos, é simplória e necessita de maior adequação. Na situação em que a lei for omissa ou existir lacuna, deve-se utilizar a integração normativa com a finalidade de suprir essa deficiência no ordenamento e, conseqüentemente, proferir a decisão de forma mais justa (ARISTÓTELES *apud* CAVALIERI FILHO, 2014, p. 57).

Silvo Venosa (2001, p. 47) afirma:

A equidade não é só o abrandamento da norma em um caso concreto, como também sentimento que brota no âmago do julgador. Como seu conceito é filosófico, dá margem a várias concepções. (...). Entendamos, porém, que a equidade é antes de mais nada uma posição filosófica; que cada aplicador do direito dará uma valoração própria, mas com a mesma finalidade de abrandamento da norma. Indubitavelmente, há muito de subjetivismo do intérprete em sua utilização.

A equidade integrativa é prevista no Código de Defesa do Consumidor no seu artigo 7º, ao afirmar que os direitos ali previstos não excluem as leis que derivem de princípios gerais do direito, dos costumes, da analogia e da equidade (BRASIL, 1990).

É importante mencionar essa previsão, pois ela deixa claro que o juiz deve utilizar da analogia sempre que houver omissão e lacuna jurídica, inclusive nas demandas consumeristas. A equidade integrativa visa certificar que as decisões judiciais serão mais justas ao caso concreto, harmonizando o ideal de justiça almejado (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 57-58).

3.4.3. Equidade corretiva

A equidade corretiva possui a função de correção. Além da equidade integrativa, Aristóteles também mencionava a equidade corretiva como função essencial para a harmonização da justiça. O filósofo grego afirmou que deve ser utilizado esse tipo de equidade sempre que o juiz verificar injustiças. Em busca da

justiça, poderá utilizar da equidade corretiva para ir além da lei, como uma espécie de correção geral e técnica de hermenêutica para aplicação do direito (ARISTÓTELES *apud* CAVALIERI FILHO, 2014, p.58).

Cumprе mencionar que o juiz deve utilizar do princípio da equidade de modo a garantir a justiça ao caso concreto e, de forma alguma, exercer abuso no direito. O CDC permite a utilização da equidade corretiva, em seu artigo 51, inciso IV, ao afirmar que são nulas as cláusulas contratuais que forem incompatíveis com os preceitos consumeristas e com o princípio da equidade (BRASIL, 1990). No entanto, o juiz também possui limite de atuação, pois não pode ultrapassar barreiras legais para o julgamento das demandas. Todas as suas decisões devem ser fundamentadas, justamente para evitar atitudes arbitrárias (AGUIAR JUNIOR, 2003, p. 27).

O ministro do Superior Tribunal de Justiça, Ruy Rosado de Aguiar Junior (2003, p. 28) afirma:

Seja para arbitrar o valor da indenização pelo dano moral com o uso da equidade corretiva (diminuir o valor que seria de outro modo mais elevado), seja para fazê-lo por meio da equidade integradora (preencher o vazio com o uso da equidade), deve o juiz procurar expressa, na fixação da indenização, aquilo que corresponda à ideia de justiça presente na sua comunidade, que satisfaça à consciência média da sociedade para a qual se dirige a sentença e onde convivem autor e réu. Por isso, será sempre um juízo fundamentado, com a explicitação das razões pelas quais ele chegou àquela conclusão

Desse modo, o juiz possui a função de equilibrar a relação jurídica quando verificar, no caso concreto, a desigualdade entre as partes. A finalidade da equidade corretiva é, assim como o próprio nome diz, corrigir e sanear as desigualdades, sobretudo, para assegurar os princípios e direitos do consumidor (CAVALIERI FILHO, p. 58-59, 2014).

3.5 A VULNERABILIDADE INTRÍNSECA AO CONSUMIDOR

As transformações sociais, culturais e econômicas provocadas pela Revolução Industrial e pelo Capitalismo provocaram também uma mudança nas formas de consumo e deixaram nítida a desigualdade entre os componentes de uma relação jurídica consumerista. A consequência da maior incidência do *marketing* e da produção em massa foi a necessidade da proteção do consumidor, visto como parte mais frágil dos pólos (DUARTE; BRITO, 2006, p. 1-2).

A necessidade em equilibrar os pólos da relação jurídica consumerista surgiu no ano de 1985, na Resolução 39/24 da Organização das Nações Unidas - ONU, que reconhece os desequilíbrios ordem técnica, econômica e informacional entre consumidor e fornecedor.

A Constituição Federal Brasileira de 1988 seguiu a mesma linha de pensamento da Resolução da ONU, ao incluir como direito fundamental os direitos do consumidor. O artigo 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988 prevê que "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor" (BRASIL, 1988).

Cumpra mencionar que anteriormente à Constituição Federal de 1988 não fora dada a devida importância a proteção dos direitos do consumidor e, mesmo após a sua promulgação, a consolidação como direito fundamental somente ocorreu em 1990 por meio da Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 (GONÇALVES; GONÇALVES, 2017, p. 3-4).

Nesse sentido, Sergio Dobarro (2013, p.2) afirma:

Nas relações jurídico-sociais do direito do consumidor fica visível que a ausência de um tratamento específico iria contra esta pretendida promoção de igualdade material, logo, a conferência de tratamento próprio ao consumidor consolida o próprio fundamento da dignidade da pessoa humana. Foi com esse objetivo que o legislador pátrio, pretendendo tornar efetiva a defesa dos direitos do consumidor, suprimindo a até então persistente carência de instrumentos específicos de proteção, elaborou o Código de Defesa do Consumidor e nele inseriu o princípio da vulnerabilidade.

A vulnerabilidade é característica intrínseca de todos os consumidores, independente das suas condições econômicas e sociais. Essa característica decorre de dois fatores: o maior poderio econômico do fornecedor e a menor capacidade técnica do consumidor em face do fornecedor. Desse modo, visando equilibrar a relação jurídica entre as partes, o princípio da vulnerabilidade protege os consumidores de eventuais abusos de poder por parte do fornecedor, como é o exemplo da obsolescência programada, prática comercial considerada abusiva (NUNES, 2015, p. 176).

Nesse sentido, Bruno Miragem (2016, p. 128) se posiciona:

A vulnerabilidade do consumidor constitui presunção legal absoluta, que informa se as normas do direito do consumidor devem ser aplicadas e como devem ser aplicadas. Há na sociedade atual o desequilíbrio entre dois agentes econômicos, consumidor e fornecedor, nas relações jurídicas que estabelecem entres si. O reconhecimento desta situação pelo direito é que

fundamenta a existência de regras especiais, uma lei *ratione personae* de proteção do sujeito mais fraco da relação de consumo

O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor é fundamental para as bases e fundamentos previstos no Código de Defesa do Consumidor, pois, ao considerar uma das partes como vulnerável de maneira absoluta e a outra como detentora de maior poderio econômico e informacional, faz-se necessário a proteção da parte mais frágil, ficando claro a fundamental importância dos princípios e direitos do consumidor previstos no CDC (ALEXANDRIDIS, 2013, p. 1-2).

A constatação da vulnerabilidade do consumidor na relação jurídica permite analisar a proteção dada pelo legislador, visando a proteção e o equilíbrio entre as partes.

Desse modo, o tratamento diferenciado dado ao consumidor, com por exemplo, a alteração pelo juiz das cláusulas contratuais em situações supervenientes, é permitido e não fere nenhum princípio constitucional, pois a função é de proteção e defesa do consumidor (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 50).

3.6 A ESPÉCIES DE VULNERABILIDADE

A vulnerabilidade é característica intrínseca aos consumidores, independente de posição econômica e social. Embora absoluto, o princípio possui especificidades que podem ser destacadas e analisadas por meio de três espécies principais: a vulnerabilidade fática, a vulnerabilidade técnica e a vulnerabilidade jurídica ou científica (DUARTE; BRITO, 2006, p. 2-3).

3.6.1. A vulnerabilidade fática

A vulnerabilidade fática, também conhecida como vulnerabilidade socioeconômica, ocorre, pois o fornecedor é quem possui maior poderio econômico. A discrepância socioeconômica entre os agentes é uma circunstância fática, visível em toda a sociedade. O preconceito social e econômico é também um fato em nossa sociedade e na busca por ser aceito, o consumidor é estimulado constantemente a consumir como uma forma de inclusão social (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 50-51).

Segundo Garcia (2017, p. 31):

A vulnerabilidade fática é a vulnerabilidade real diante do parceiro contratual, seja em decorrência do grande poderio econômico deste último, seja pela sua posição de monopólio, ou em razão da essencialidade do serviço que presta, impondo, numa relação contratual, uma posição de superioridade.

Cabe mencionar que a vulnerabilidade fática não se restringe a desproporcionalidade econômica, mas também a desproporções intelectuais e físicas. Em algumas situações, essa espécie de vulnerabilidade pode vir a ser majorada, como por exemplo, com crianças e idosos. Determinados grupos podem ser influenciados de maneira mais fácil, agravando a vulnerabilidade devido ao reduzido conhecimento ou falta de percepção (NETO, 2018, p. 14-16).

3.6.2. A vulnerabilidade técnica

A vulnerabilidade técnica decorre do menor potencial informacional do consumidor que fica à mercê da boa-fé do fornecedor em lhe informar sobre o produto adquirido, seus malefícios, benefícios e modo de utilização.

A vulnerabilidade técnica pode ser agravada caso o fornecedor não passe as informações necessárias ao consumidor, ocasionando algum dano a sua saúde ou segurança (DUARTE; BRITO, 2006, p. 3).

Em decorrência da vulnerabilidade técnica, o consumidor pode ser facilmente iludido acerca do produto ou serviço que está contratando, pois não possui conhecimento específico ou acesso a informações essenciais (NETO, 2018, p. 15).

Insta mencionar que é dever do fornecedor passar todas as informações necessárias sobre o produto e/ou serviço adquirido, baseado no direito básico de informação previsto no artigo 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor. Cabe mencionar, também, que a falta de informação para o consumidor pode infringir os princípios da informação e transparência (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 51-52).

É questionado se o Estado, como consumidor de produtos e/ou serviços, está incluído no rol de consumidores e a sua característica de vulnerabilidade. A discussão perpassa pela omissão do Código de Defesa do Consumidor e o enquadramento ou não do Estado como vulnerável, visto que o mesmo possui maior poderio informacional e, ainda, conta com equipe técnica capaz de lhe passar as informações desejadas. No entanto, esse fato, por si só, não é capaz de excluir o

Estado do rol de consumidores, pois a legislação é omissa nesse sentido (COSTA, 2016, p. 40-41).

3.6.3. A vulnerabilidade jurídica ou científica

A vulnerabilidade jurídica ou científica ocorre devido à falta de informação do consumidor acerca dos seus direitos, a quem pode recorrer, em qual órgão pode impetrar ação. O fornecedor possui uma estrutura jurídica capaz de lhe passar quaisquer informações e resolver demandas. No entanto, o consumidor encontra-se isolado e sem estrutura pré-estabelecida que lhe dê suporte informacional e jurídico (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 52-53)

Claudia Lima Marques (2002, p. 120) possui posição divergente ao afirmar que a vulnerabilidade jurídica incide sobre a falta de conhecimentos jurídicos específicos, sejam eles contábeis ou econômicos.

Alguns fornecedores ao firmarem contratos consumeristas não utilizam de linguagem clara e objetiva para que todos os consumidores consigam entender o que, de fato, está sendo acordado. Juntamente a isto, tem-se que os consumidores brasileiros são na sua maior parte desconhecedores das leis e analfabetos funcionais. Diante dessa realidade, o Código do Consumidor em todos os seus artigos utiliza do princípio da vulnerabilidade para proteção dos consumidores, lhes dando direitos e assegurando acesso aos órgãos administrativos e judiciais (EFING; BLAUTH, p. 3-6).

3.7 A VULNERABILIDADE E A HIPOSSUFICIÊNCIA DO CONSUMIDOR

A vulnerabilidade e a hipossuficiência possuem características próprias. A vulnerabilidade é traço marcante e universal de todos os consumidores, ou seja, o consumidor já inicia a relação jurídica como vulnerável, é a sua característica intrínseca. A hipossuficiência possui traço pessoal ao consumidor, não sendo abrangente para todos os casos. É uma agravante da vulnerabilidade, uma espécie de vulnerabilidade qualificada (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 49).

Cavaliere Filho (2014, p.49) afirma que “além de vulnerável, o consumidor vê-se agravado nessa situação por sua individual condição de carência cultural, material ou ambos”. A hipossuficiência está mais relacionada a aspectos processuais

e pode ser alegada como matéria para inversão do ônus da prova nas demandas consumeristas judiciais.

Flavia Marimpietri (2006, p. 144) explica o assunto de forma brilhante, ao afirmar:

Como nenhum elo pode ser mais forte que a corrente, a vulnerabilidade é o traço distintivo caracterizador de consumidores e empregados, tentando as legislações especiais, fornecerem instrumentos para redução desta vulnerabilidade. Note-se que, na seara consumerista, vulnerabilidade não se confunde com hipossuficiência. A primeira é geral, ampla, e característica de todos aqueles que face à relação jurídica material, encontram-se em desvantagem; já a segunda, é restrita à aqueles que possuem hipo(pouca)-suficiência para prova judicial de seus direitos, vale dizer, não possuem condições técnicas, jurídicas ou econômicas para fazerem prova adequada e conclusiva a respeito dos seus direitos.

Como regra dos processos, o autor que alega o fato é quem deve comprovar a matéria alegada na petição inicial, cabendo ao réu a comprovação das matérias modificativos, impeditivos ou extintivos como defesa. A regra geral dos processos é prevista no artigo 373 do Código de Processo Civil, mas possui suas exceções. Uma das exceções ocorre na seara consumerista, em que o consumidor, considerado como hipossuficiente, poderá ter o ônus da prova invertido para o réu, ou seja, o fornecedor. (MATA, 2018, p.40-41).

Identificada a hipossuficiência do consumidor e comprovado o difícil acesso a produção de provas, o juiz poderá alegar a hipossuficiência como justificativa para inversão do ônus da prova na busca pela igualdade processual. Insta mencionar que para a inversão do ônus da prova ocorra de modo legal, deve estar configurada a hipossuficiência, hipótese de vulnerabilidade qualificada do consumidor. Somente a alegação de vulnerabilidade do consumidor não é suficiente para inverter o ônus da prova (ROSA, *et al*, 2016, p.159-160).

Desse modo, a vulnerabilidade e a hipossuficiência possuem características distintas e não devem ser confundidas. Além de possuírem terminologias próprias, possuem também previsões legais distintas, previstas respectivamente no artigo 4º, parágrafo primeiro, e no artigo 6º, VIII, ambos do CDC (MATA, 2018, p. 41).

4 DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

A obsolescência programada é a manipulação da vida útil dos produtos, com a finalidade de diminuir o seu tempo de utilização e, conseqüentemente, acarretar em uma nova compra por parte dos consumidores. Um produto obsoleto é aquele que está antiquado, em desuso ou, até mesmo, considerado como fora de moda. A programação para perda da vida útil é uma estratégia de mercado que visa estimular o consumo repetitivo e o lucro das grandes empresas (ASSUMPÇÃO, 2017, p.51-53).

Nesse sentido, Thomas Lineker (2015, p.12) afirma:

A obsolescência programada tornou-se com o passar do tempo, uma das engrenagens essenciais para o funcionamento do complexo sistema mercadológico moderno, uma vez que o crescimento econômico existe por meio do consumo, e o consumo por meio da produção dos bens, que seria drasticamente diminuída se estes durassem por um vasto período.

Para entender as suas bases, é necessário analisar qual o contexto histórico que deu origem a essa prática comercial. É possível afirmar que a Revolução Industrial foi o ponto inicial de mudanças sociológicas, filosóficas, econômicas e, sobretudo, culturais. A estrutura mercantil foi alterada para produção em larga escala e não mais em trabalhos manuais. Esse crescimento na produção demandou maior consumo por parte da população, afinal, a produção deveria ser proporcional ao consumo. Nesse contexto, surgiram práticas comerciais que visassem o incentivo ao consumo, dentre elas, a obsolescência programada (SILVA; OLIVEIRA; SILVA, 2013, p. 1-2).

A ideia da programação para a perda da vida útil dos produtos, surgiu juntamente com as conseqüências da Revolução Industrial, na sociedade do consumo. Com larga produção e maior disponibilidade e variedade de produtos, os preços baixaram e viabilizaram o maior acesso as compras. Uma sociedade consumista é formada com bases no estímulo ao consumo, nos novos produtos e nas oportunidades de compra (DOMINIQUE; DOS SANTOS, 2013, p. 2-3).

No mesmo sentido, afirma Godecke (*et al.*, 2012, p. 1701):

As origens da sociedade focada no consumo, em contraposição às tradicionais, voltadas para o trabalho e à produção, remontam movimentos comerciais ocorridos na Europa a partir do século XV que estimularam a revolução industrial, iniciada em meados do século XVIII. A revolução industrial trouxe consigo o fortalecimento da acumulação de riqueza como um

valor fundamental, apoiado na ética protestante, que propiciou a aceitação do modelo.

A Revolução Industrial influenciou um novo modo de vida em sociedade, muito mais consumista, com desejos instantâneos, líquidos. A acumulação de riquezas passou a ser valorizada e toda uma sociedade se voltou para a valorização do “ter” e não somente o “ser”, como anteriormente era valorizado por autores e filósofos.

Tal entendimento é defendido por Bauman, em sua obra “Modernidade Líquida”, na qual desenvolve o entendimento de que a sociedade atual passou a ter comportamentos cada vez mais individualistas e consumistas. O autor afirma (BAUMAN, 2001, p.1-9):

“Fluidez” é a qualidade de líquidos e gases. (...) Os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. (...) Os fluidos se movem facilmente. Eles “fluem”, “escorrem”, “esvaem-se”, “respingam”, “transbordam”, “vazam”, “inundam” (...) Essas são razões para considerar “fluidez” ou “liquidez” como metáforas adequadas quando queremos captar a natureza da presente fase (...) na história da modernidade.

Em 1929, com a crise que acometeu os Estado Unidos da América, ideias para aumentar o consumo foram sugeridas, dentre elas, a programação para perda da vida útil dos produtos eletrônicos. Alguns grandes empresários da época, como Bernard London, defendiam que a grande solução para sair da crise era a limitação da vida útil dos produtos, afinal produtos com elevada qualidade e duração não possibilitariam uma recompra com menor lapso temporal (DOMINIQUI, SANTOS, 2013, p. 6).

Concorrentemente a esses fatos, ainda em 1920, o então presidente da General Motors, confirmava a sua tese de que um produto que não se desgasta é uma tragédia para qualquer negócio. Alfred Slon desenvolveu uma estratégia de venda baseada em lançamentos e inovações de carros para que o desejo pelo novo aflorasse nos consumidores e os modelos antigos fossem tidos como ultrapassados. O presidente criou uma nova forma de compra baseada em constantes desejos pelo novo e a influência psicológica de que para ser aceito socialmente é necessário se manter também atualizado (FONSECA, 2017, p. 2).

Cumprir mencionar, ainda, um outro fato histórico acerca da origem de tal prática comercial. Por volta dos anos 1930 e 1940, surgiu um fenômeno chamado de

“cartelização”, em que os grandes empresários se reuniam e definiam os rumos das práticas comerciais da sociedade. Os empresários da época embora detivessem tecnologia pra uso em maior tempo das lâmpadas, optaram por diminuir tal tempo a fim de que o produto se tornasse obsoleto de forma mais rápida. O cartel *Phoebus*, formado pelos principais fabricantes de lâmpadas da Europa e dos Estados Unidos, decidiu reduzir o tempo de duração de suas lâmpadas de 2.500 (duas mil e quinhentas) para 1.000 (mil horas) horas a fim de aumentar o lucro das indústrias filiadas (BRAGA, 2011, p.1).

Todos esses fatores históricos possibilitaram o grande consumismo dos dias atuais e, por consequência, práticas comerciais que visem, cada dia mais, o alto consumo da sociedade. A cadeia do consumo, utilizada desde as bases consumistas da Revolução Industrial, até hoje, podem ser elencadas como três elementos: mídia, produção e desejo. Os três elementos juntos viabilizam uma válvula de escape em que desejos e emoções buscam ser sanados por meio do consumo. O desejo provocado por uma mídia assertiva viabiliza uma produção em grande escala, econsequentemente, altos rendimentos financeiros (MONTEIRO, 2016, p. 26).

4.1 AS ESPÉCIES DE OBSOLESCÊNCIA

Tornar o produto obsoleto não envolve somente a programação eletrônica para a perda da sua vida útil, mas também outros mecanismos que viabilizem e tornem o produto antiquado para o uso.

Segundo Vance Packard (1965, p. 21), a perda da vida útil dos produtos pode ser dividida em três espécies: a obsolescência funcional, a obsolescência de qualidade e a obsolescência do desejo.

4.1.1. A Obsolescência técnica

A obsolescência técnica, também conhecida como obsolescência funcional, ocorre quando um produto se torna ultrapassado tecnologicamente, ou seja, a indústria induz o consumidor a troca por um produto com tecnologia mais avançada, que lhe dê maior suporte. Para tal prática, alguns fornecedores utilizam de má-fé o avanço da indústria, pois lançam produtos no mercado com curtos espaços temporais, incentivando o consumo em maior escala.

Thiago Monteiro (2016, p. 62) define esse tipo de obsolescência:

Essas atualizações que deixam os aparelhos mais antigos pesados são as catalizadoras que motivam as trocas desses aparelhos pelos mais novos, caso o usuário deseje utilizar os aplicativos de maneira eficiente, como utilizava antes das atualizações. Outros exemplos seriam as descobertas de vulnerabilidade a ataques maliciosos por terceiros (vírus e spyware) ou quando os aplicativos ou usuários não são mais desenvolvidos para aparelhos antigos, ou só são desenvolvidos para aparelhos mais modernos, obrigando os usuários a trocarem de aparelho, caso queiram continuar utilizando as novidades e os lançamentos da área.

Para Gustavo Pimenta (2010, p. 1-2), alguns fornecedores ao tornarem o produto “inútil” com o lançamento de um novo, deixam os antigos sem assistência de peças e reparos necessários, ou seja, sem partes essenciais que viabilizem a plena utilização do produto.

Tal prática, segundo Cornetta (2016, p.53), foi introduzida em 1913 quando os veículos passaram a incorporar a partida elétrica em substituição as manivelas para acionar o motor. O consumidor passa a desejar um novo produto devido a sua nova função, mais atualizada, com maior avanço tecnológico. O autor menciona um exemplo clássico que são as fitas VHS, substituídas por DVD's e posteriormente pelos *blue-rays*.

Para esses tipos de produtos, alterados na funcionalidade, são dadas algumas características importantes: a mudança principal não recai no *design* do produto, mas na tecnologia e função; e a utilidade do produto a curto prazo ainda é compatível, mas a longo prazo torna a sua funcionalidade comprometida como, por exemplo, novidades de aplicativos somente serem desenvolvidas para produtos novos (MONTEIRO, 2016, p. 63).

4.1.2. A Obsolescência percebida

A obsolescência percebida, também conhecida como “obsolescência da desejabilidade”, ocorre quando o produto se torna ultrapassado para a sociedade, ou seja, quando outros modelos são lançados no mercado e o produto antigo se torna ultrapassado socialmente. É visualizado, segundo Pimenta (2010, p. 1-2) pela moda. Uma forma da sociedade regular o que está na moda, o que é atual.

Segundo Packard (1965, p. 79), por mais que a funcionalidade do produto se mantenha a mesma, se o produto estiver com *design* mais moderno e atualizado,

ocorre o incentivo ao consumo dos “novos” produtos. Para o autor, é mais fácil o fornecedor deixar o produto mais arrojado e despertar o seu interesse, do que necessariamente programar o produto para perda da vida útil.

Um grande exemplo desse tipo de obsolescência é a moda, em que o cenário é bastante dinâmico e está em constantes transformações. A moda é cíclica e, à medida que uma parte da sociedade utiliza das novas tendências, automaticamente, surge o desejo do consumo para os demais consumidores. Acontece que são geradas novas tendências constantemente, em novas cores, modelos ou “estilos de vida”. Essas transformações da moda exigem que a indústria produza em paralelo com a demanda e impõem a sociedade novos e voláteis desejos (MONTEIRO, 2016, p. 58).

Tiago Monteiro (2016, p. 58) emenda o seu raciocínio afirmando que “temos o lançamento de um novo produto (da estação, do momento, etc.) que irá preencher o vazio deixado pelo seu antecessor, realimentando o vício. Essa rotina de exclusão de produtos é justificada pela própria demanda dos consumidores”. Um grande aliado a venda nesses casos é agregar o marketing de forma mais incisiva, a ideia de um novo conceito de moda, mais arrojado e mais moderno. Ocorre quando o consumidor acredita estar incluído socialmente e ser mais aceito pela coletividade com a compra de produtos mais atuais.

A obsolescência percebida induz o consumidor a desejar o novo e acreditar ser o velho ultrapassado. Existe uma espécie de convenção na sociedade de consumo, de ser aceito o cidadão que possui mais bens, bens tecnológicos e atuais. As pessoas, de um modo geral, desejam ter para serem aceitas e, nesse ponto, o *marketing* da desejabilidade atua de modo incisivo para que o desejo seja tão grande a ponto de concretizar a venda. Nesse tipo de obsolescência, o produto não quebrou, mas o desejo pelo novo o torna “antigo”, obsoleto (NETO, 2018, p. 2-4).

Acerca do tempo de vida perceptível dos produtos, Tiago Monteiro (2016, p. 56) afirma:

Essa prática é tão sutil que existe a confusão entre o período de lançamento do produto, o seu tempo de uso e quando aquele determinado produto pereceu frente a percepção do consumidor. Dentro de alguns meses tem lançamento, estagnação/maturação e fim do ciclo de um produto, sem que esse lapso de tempo seja perceptível aos olhos do consumidor. Esse processo é comumente visto em diversas áreas, como tecnologia e comunicação, mas ganha bastante destaque na moda, onde existe uma volatilidade muito grande de tendências em questão de meses e semanas.

Por meio da obsolescência percebida e troca de produtos por imposição social, as pessoas se sentem aceitas. Esse tipo de obsolescência é o melhor exemplo para o livro de Bauman (2001, p. 1-2) “Modernidade Líquida”, afinal a sociedade se tornou cada vez mais consumista, na busca do “ter” em substituição do “ser”.

4.1.3. A Obsolescência programada

A obsolescência programada, para Gustavo Pimenta (2010, p.2), ocorre quando um produto tem a sua tecnologia programada para o defeito, para a perda da vida útil. Nesse caso, possui um “prazo de validade”, para que seja trocado em um curto espaço de tempo. O fornecedor utiliza desse mecanismo para induzir a troca do produto, o qual muitas vezes o reparo ou a troca de peça é mais caro ou de preço similar a um produto novo.

A programação nem sempre é percebida pelo consumidor, que acaba sendo lesado e nem sequer poderá alegar os seus direitos aos órgãos competentes. Quando percebido, Pimenta (2010, p. 2) afirma que os consumidores se sentem lesados pelos fabricantes e que tal prática pode causar uma má imagem para a empresa fornecedora dos produtos viciados.

Para essa tipologia da obsolescência, cumpre frisar que o fornecedor deliberadamente usa da sua tecnologia para propositalmente manipular o produto e diminuir a sua vida útil. A mera utilização e o desgaste com o tempo de uso, dentro das normalidades do produto, não configura tal prática abusiva, uma vez que todos os produtos possuem vida útil (CORNETTA, 2016, p. 103).

O autor também menciona que a vida útil dos produtos pode ser medida por diversas ferramentas e mecanismos disponíveis na área industrial, e que por meio desses mecanismos a vida útil dos produtos é medida de forma mais exata a depender da sua natureza. A concepção de Cooper (2010, p.8-9) segue o mesmo sentido, ao afirmar que a longevidade de um produto corresponde a sua vida útil e depende da natureza (tipo), da forma de uso, duração e da intensidade. Mas, de um modo geral, espera-se uma vida útil em anos.

A prática da obsolescência com o passar dos anos se expandiu e se aperfeiçoou. Hoje em dia, podemos falar não somente em programação para a perda

da vida útil, mas também da utilização de produtos de má qualidade. A fabricação de produtos que contenham matéria prima de baixa qualidade é uma forma de incentivar a troca rápido do produto e, sobretudo, é também uma forma de programação para a perda da vida útil (BEZERRA, 2017, p. 41-42).

Segundo Camila Bezerra (2017, p. 43-47), os consumidores na maioria das vezes não possuem consciência de que o material utilizado na fabricação do produto é de má qualidade. A obsolescência não se esgota aos eletrônicos, embora seja fortemente visualizada nesses produtos. É também possível expandir tal prática abusiva aos produtos relacionados a roupas e calçados, por exemplo, os quais a matéria prima empregada para confecção é de baixíssima qualidade.

A partir dessa falta de conhecimento do consumidor acerca do produto comprado, além da programação para a perda da vida útil ocorrer de forma dolosa, pode-se caracterizar a obsolescência programada como uma prática comercial abusiva.

4.2 A OBSOLESCÊNCIA E A SOCIEDADE DO CONSUMO

No contexto de uma sociedade que teve como base a industrialização e os seus reflexos diretos na vida dos cidadãos, cumpre avaliar de que forma a obsolescência programada interfere no estímulo ao consumo e se, de fato, a obsolescência e a sociedade consumista possuem interdependência.

Como dito anteriormente, a sociedade contemporânea possui bases econômicas, sociais, filosóficas e culturais fundadas na Revolução Industrial. Tais bases sociais foram mudadas drasticamente por meio desse marco histórico. Em decorrência da Revolução Industrial, a sociedade consumista foi formada devido a necessidade em aumentar o consumo para que as indústrias conseguissem escoar os seus produtos em larga escala, e conseqüentemente, terem lucro.

Lineker Luna (2015, p. 20) afirma:

O capitalismo influenciou toda a sociedade, não apenas na forma como se produzem as coisas, mas também na forma como a própria sociedade entende e atribui valor àquilo que está a sua volta. O lucro e a vantagem são os pontos cruciais desse sistema ideológico, razão que possui afinidade com desenvolvimento industrial e das relações contemporâneas existentes, da religião do consumo e na estratégia do desperdício

A autora Leticia Bergstein afirma que a ideia fundamental da obsolescência programada é o ciclo vicioso de comprar, descartar rapidamente o produto comprado e comprar um novo. Seja por meio da programação para o vício do produto, seja pelo lançamento de um modelo mais atualizado e na “moda” (BERGSTING, 2014, p.3-4).

Um dos grandes reflexos desse ciclo vicioso causado pela prática da obsolescência programada e o grande incentivo ao consumo é uma sociedade cada vez mais doente e fragilizada psicologicamente. O consumo estimulado pelo *marketing* incisivo tem deixado a sociedade doente, principalmente por meio das redes sociais, que atualmente atuam de forma crucial para qualquer negócio. O consumidor compra com a finalidade de ser aceito, procura pelo produto que está na moda e, sobretudo, o consome para sanar vazios emocionais que não podem ser solucionados por uma simples compra. Bauman (2001, p. 1-9) é grande percussor desse pensamento, em seu livro “Modernidades Líquidas” já analisara criticamente o consumismo, o capitalismo e, sobretudo, os vazios emocionais sociais.

Nesse sentido Fernanda Loungo (2013, p. 1-2) afirma:

A mídia nos bombardeia noite e dia com propagandas de produtos maravilhosos que prometem facilitar as nossas vidas, a sociedade nos cobra que sejamos bem-sucedidos, que tenhamos bastante dinheiro na conta e embuste em nossa mente que este é o caminho para a felicidade. Mas, nas últimas décadas, o nível de insatisfação cresceu exponencialmente, revelando-os que consumir não resolver nossas mais profundas necessidades.

A obsolescência programada é uma grande causa da sociedade consumista e doente emocionalmente. O ciclo vicioso provocado pelos fornecedores e o *marketing*, aliado a produtos cada dia mais atualizados e descartáveis, causam danos não somente ao consumidor, mas também ao meio ambiente. O nível de satisfação das pessoas não condiz com os elevados índices de compra, assim como o maior aporte tecnológico não possibilitou as indústrias a fabricarem produtos cada vez mais resistentes. Ao contrário, a tecnologia é desproporcional a resistência e durabilidade dos produtos atualmente.

Insta salientar que o presente argumento é objeto de pesquisas que revelam que os consumistas de carteirinha são mais ansiosos e depressivos do que aqueles que levam uma vida simples e livre do gasto excessivo (LOUNGO, 2013, p.1-2).

A sociedade do consumo tenta suprir vazios emocionais que são alimentados pela mídia e pelo desejo de preenchimento que nenhum produto poderá suprir. Atualmente, se compra quando está triste, se compra quando está feliz, quando se sente angustiado ou quando enxerga oportunidades. A compra e o desejo por comprar estão muito ligados ao emocional de cada indivíduo e em uma sociedade cada dia mais doente psicologicamente para alguns o comprar é uma forma de remédio para os males emocionais (BAUMAN, 2008, p. 64)

Nesse sentido, Bauman é o grande percussor da ideia de que o consumismo trabalha com a infelicidade do consumidor. Ou seja, sempre que o indivíduo for comprar ele deve ter um mínimo de insatisfação para que dessa forma seja possível a realização de uma nova compra e a manutenção do ciclo vicioso. Esse ciclo é estimulado pela mídia que entende a infelicidade ou insatisfação do consumidor como uma oportunidade de venda. As empresas buscam oportunidades de venda com estratégias para seduzir os consumidores a satisfazer os seus anseios, sempre visando a manutenção do sistema (BAUMAN, 2008, p. 64).

Cabe frisar que o comprar, para os consumistas, é uma forma de remédio para os seus males emocionais, assim como a droga ou a comida estão para os viciados e ansiosos. A obsolescência programada atua de forma indireta, de forma silenciosa no intelecto do cidadão, já que este na maioria das vezes não consegue enxergar o dolo por parte do fornecedor.

Bauman avalia a sociedade nesse mesmo sentido e afirma que o desejo pela compra parte da necessidade de manter um vínculo ou ser reconhecido por um grupo, seja esse grupo da sua convivência ou não. Para o autor, esses indivíduos buscam ostentar os seus bens com a finalidade de serem notados, de serem vistos como quem estão no auge da atualidade. Por conta desse desejo de inclusão, os produtos são trocados com maior rapidez para estarem sempre na “moda” (BAUMAN, 2008, p. 108).

Os maiores índices de consumo não ocorrem somente nas classes mais altas da sociedade, mas também possui grande aumento nas classes mais pobres, como a C e D. Os produtos que são mais consumidos e alvo de desejo das classes mais baixas são os eletroeletrônicos, como as televisões, os videogames, os celulares *smartphones* e máquinas de lavar. São exatamente os produtos que podem mostrar que as pessoas que adquiriram estão no auge da moda e, sobretudo, da tecnologia (LUNA, 2015, p. 21).

É oportuno mencionar que juntamente com uma sociedade mais consumista, também surgiu uma sociedade mais endividada, notadamente pela necessidade de consumir cada vez mais. Em pesquisa feita pelo Serviço de Proteção ao Crédito – SPC, solicitada pela repórter Marli Moreira, foi analisada 636 (seiscentas e trinta e seis) famílias. Nesse estudo, observou-se que mais da metade dos entrevistados, cerca de 54% (cinquenta e quatro por cento) tem a renda comprometida com compras parceladas no cartão de crédito e 64% (sessenta e quatro por cento) tem entre um a quatro cartões (MOREIRA, 2012, p. 1).

Para os economistas Hugo Pinto e José Guilherme Viera (2010, p. 1-2):

Precisamente, nesse último dado obtêm-se uma constatação: a maioria de brasileiros não sabe administrar o seu dinheiro. Muitas vezes somos levados por uma eficiente onda de consumismo generalizado, comandado pelas empresas de publicidade, que se incrementa a cada feriado ou data comemorativa. Um dado peculiar dessa onda de endividamento recai nos jovens brasileiros, 38% dos endividados têm até 30 anos. E é nessa parcela da população que há elementos de vulnerabilidade de consumo, associados com impulsividade do consumo, característica desta população.

Dessa forma, constata-se que a sociedade está cada vez mais endividada a fim de sanar vazios emocionais e em busca de aprovações sociais. A mídia e o grande enfoque do *marketing*, principalmente para os consumidores mais vulneráveis, é forte indicador do aumento do consumo no Brasil e também no mundo. Como exposto pelos economistas, há sobretudo, o consumo pelo impulso e pela vulnerabilidade maior do consumidor.

Consoante o tema João Victor Silva (2018, p. 31) reitera:

Com a manifestação da obsolescência programada, o consumidor é induzido a realizar novas compras, seja pelo desgaste antecipado de seu bem, ou por outro, mais recente, com alterações em seu design ou com novas funcionalidades ter sido lançado no mercado. O crédito dá ao consumidor a oportunidade de se inserir na cultura de consumo contemporânea, que é movida pela publicidade, muitas vezes agressiva, que leva o consumidor ao consumo desnecessário e incompatível com suas condições econômicas.

Demonstrada a constituição de uma sociedade consumista, é necessário a implementação de políticas que visem a conscientização da sociedade. Para alguns autores, os consumidores estão ficando mais conscientes, sobretudo, na reivindicação dos seus direitos perante os órgãos competentes (CRUZ, 2016, p.1-3).

Para o autor André Cruz (2016, p. 1-3), o consumismo deve ser estimulado de forma consciente, por meio de medidas que visem o aquecimento do comércio e o equilíbrio socioeconômico. No entanto, tais medidas devem ocorrer de forma consciente, de forma a comportar os orçamentos individuais, com estímulo a compras em brechós e escambos. Essas formas de consumo visam a melhor reutilização de produtos e a proteção ao meio ambiente.

4.3 OS PRODUTOS ELETRÔNICOS

A obsolescência programada pode ser visualizada em diversos setores de produção, como, por exemplo, sapatos e vestimentas. No entanto, onde ocorre maior índice de programação para perda da vida útil do produto são nos produtos eletrônicos, já que estes possuem matéria-prima de fácil transformação para a indústria.

Com a tecnologia disponível nos dias atuais, é possível afirmar que boa parte dos produtos eletrônicos detêm uma alta capacidade de durabilidade e qualidade. No entanto, a indústria com o interesse de manter o consumo em níveis crescentes não utiliza da tecnologia disponível para aprimoramento da vida útil dos produtos, e é tão somente utilizada para inovações referentes a modelos e designs. Como os produtos eletrônicos possuem matéria-prima de fácil transformação e montagem, além dos consumidores desejarem cada vez mais produtos eletrônicos inovadores, a indústria fabrica esses produtos com vida útil reduzida (CARDOSO, 2014, p. 1-2).

Segundo Roberto Macêdo (2014, p. 41):

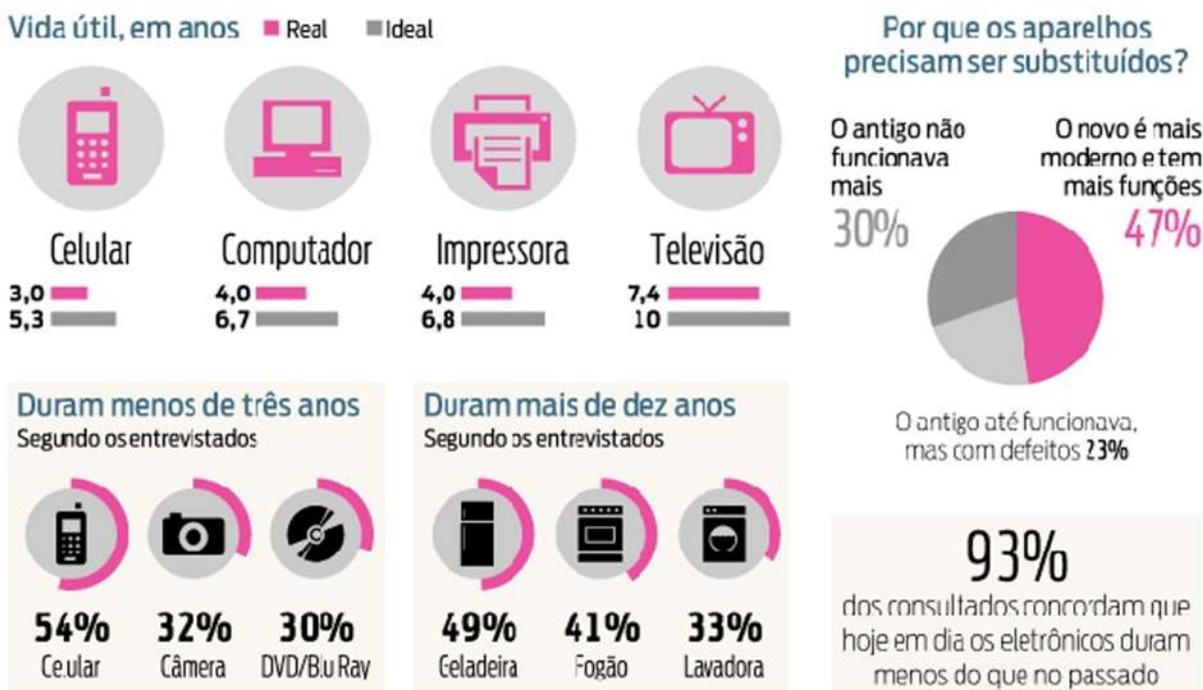
Os casos mais comuns de obsolescência programada ocorrem com eletrônicos, eletrodomésticos e automóveis. É algo relativamente novo: até a década de 20, as empresas desenhavam seus produtos para que durassem o máximo possível. A crise econômica de 1929 e a explosão do consumo em massa nos anos 50 mudaram a mentalidade e consagraram essa tática. É uma estratégia "secreta" dos fabricantes para estimular o consumo desenfreado.

Em pesquisa realizada com os consumidores, foi possível perceber que uma parcela considerável dos entrevistados acredita que os produtos eletrônicos possuem tempo de vida útil muito inferior aos produtos comercializados antigamente. A figura abaixo mostra a pesquisa em questão (CARDOSO, 2014, p.1):

Figura 1 - A percepção dos consumidores sobre a duração de produtos eletroeletrônicos.

DURABILIDADE BAIXA

Confira abaixo as percepções de consumidores sobre a duração de eletroeletrônicos. A maior parte da população avalia que eles estão cada vez mais efêmeros.



Fonte: Idec/Market Analysis. **Infografia:** Gazeta do Povo.

Fonte: IDEC/Market Analysis retirado do artigo **Produtos Feitos Para Não Durar** de Camila Bropp Cardoso, publicado no site <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/produtos-feitos-para-nao-durar-eovii6tdglsj8otb616ojxpou/>.

Com base nos dados apresentados, é possível perceber que além dos consumidores acreditarem em menor durabilidade dos produtos eletrônicos adquiridos, afirmam que o outro estímulo para a substituição dos produtos é o fato do novo ser mais moderno e possuir mais funções, a chamada “obsolescência percebida”. Segundo a pesquisa, o aparelho celular lidera entre os produtos com durabilidade menor do que três anos (54%), o fogão lidera a lista de produtos com durabilidade menor do que dez anos (49%) e o quase total dos entrevistados (93%) afirma menor vida útil dos produtos eletrônicos comercializados atualmente

Segundo a pesquisa, 81% dos entrevistados sequer levam o produto para assistência técnica analisar a viabilidade do conserto, pois optam por trocar automaticamente por um novo. Alguns fatores são determinantes para esse alto índice

como, por exemplo, a dificuldade no acesso e qualidade de atendimento de uma assistência técnica, além do conserto do produto ser tão caro quanto um novo. Como os produtos eletrônicos e eletrodomésticos fazem parte do dia a dia da população, a necessidade de sua utilização viabiliza a compra de um produto novo. (IDEC, 2014, p. 1-2).

O documentário “*The Light bulb Conspiracy*”, produzido em 2010, apresenta essa versão da programação dos produtos eletrônicos, ao citar que a bateria do celular Nokia quando acabava, era possível comprar uma nova. No entanto, quando o *Ipod* tinha qualquer defeito na bateria era necessário trocar o aparelho por um outro novo. Segundo o documentário, isso ocorria devido ao fato de o *Ipod* ser um produto mais caro e o estímulo a troca ser mais interessante para o fornecedor. Por isso, a bateria do *Ipod* somente durava 18 meses, sem a possibilidade de troca somente da bateria.

Outro exemplo versa sobre o smartfone da empresa Samsung, apresentado estatisticamente pela escritora Patrícia Gnipper (2017, p. 3):

Um exemplo são os preços cobrados pela Samsung por displays de smartphones para reposição. Pela tela do Galaxy S8+ a fabricante cobra R\$ 1.174, o que representa cerca de 30% do valor do aparelho novo, que custa cerca de R\$ 4 mil. Já no caso do Galaxy S7 Edge, uma nova tela sai por R\$ 1.099, 50% do valor do aparelho. Ou seja: o consumidor acabará preferindo comprar um aparelho inteiramente novo, deixando o reparo de lado, e um smartphone ainda funcional, que poderia ser usado por mais tempo, acabará indo para a lixeira.

É o exemplo clássico da prática comercial da obsolescência programada: a troca dos produtos viciados é mais cara ou tão cara quanto a compra de um produto da versão mais nova. Os consumidores, parte mais vulnerável da relação jurídica, não possuem por muitas vezes, sequer a opção de conserto, pois a versão atualizada extinguiu peças antigas do fornecedor. O consumidor fica em total desamparo e é induzido a compra de um novo produto, mais atualizado e, por vezes, mais caro (CARDOSO, 2014, p. 1-2)

Recentemente, em 2018, as empresas *Apple* e a Samsung foram multadas pela justiça italiana em 10 (dez) milhões de euros e 5 (cinco) milhões de euros, respectivamente. As autoridades italianas alegaram que as empresas efetuaram práticas comerciais irregulares ao forçarem os seus consumidores a atualizações de

sistemas e a consequente diminuição da vida útil dos seus produtos, sobretudo, das baterias (ÉPOCA NEGÓCIOS DIGITAL, 2013, p. 1-2).

A Revista Época (2013, p. 1-2), na mesma entrevista, afirma:

As empresas bombardearam os usuários com pedidos e alertas para que os softwares fossem atualizados, sem fornecer as informações sobre a capacidade dos aparelhos de suportá-los nem permitir o retorno às versões anteriores. As pessoas não eram informadas sobre as maiores exigências de energia dos novos sistemas operacionais nem sobre possíveis inconvenientes, como desligamento repentino, redução da velocidade de resposta do aparelho e perda de algumas funcionalidades.

O caso mais recente acerca da obsolescência de produtos eletrônicos ocorre com a empresa *Apple*. No Chile, mais de 130 (cento e trinta) chinelos processaram a *Apple* no ano de 2019, alegando que a empresa com o passar dos anos diminuiu propositalmente a vida útil da bateria dos seus *smartphones*, obrigando os consumidores a realizarem a troca de aparelho. Diversos consumidores alegam também que as atualizações do sistema da *Apple* ficam desatualizadas nos aparelhos mais antigos (IDEC, 2019, p. 1-2).

Em entrevista, o vice-presidente de marketing da Apple ao ser questionado sobre a durabilidade dos produtos, afirmou que “é coisa mais louca do mundo eu lhe dar uma experiência porca para que volte a comprar nosso novo produto”. Para o executivo, não houve qualquer intenção da empresa em obrigar o consumidor a trocar o produto da marca por um mais atualizado (MULLER, 2018, p. 2). No entanto, a queixa acerca da durabilidade dos produtos da Apple ocorre até a presente data, inclusive após a empresa ser multada por tais práticas.

Visando combater a prática da obsolescência programada, foi criado na Espanha, o movimento Sem Obsolescência Programada – SOP Segundo o presidente do movimento, Benito Muros, a SOP possui três objetivos: informar e alertar a maior parte da população sobre a prática da obsolescência programada, forçar a competição da indústria visando disponibilizar ao mercado produtos com maior durabilidade e também unir os movimentos sociais visando mudar o modelo atual econômico (MACÊDO, 2019, p. 1)

O presidente do movimento propõe medidas desafiadoras, sobretudo, por questionar o modelo econômico atual. Como empresário Muros afirma que não só as lâmpadas, mas diversos produtos eletrônicos poderiam ter maior durabilidade. Além de chips com programação para vida útil do produto, as peças dos produtos

eletrônicos, modificados de forma proposital, são colocadas em posições muito próximas de locais que esquentam, o que facilita o seu desgaste (ÉPOCA NEGÓCIOS DIGITAL, 2013, p. 1-2).

Insta mencionar que a maior ideia do empresário, líder do movimento, é a mudança do modelo consumerista atual. Desse modo, juntamente com engenheiros, criou um modelo de lâmpada que não caduca com facilidade e além da durabilidade, gasta, segundo o empresário, 70% (setenta por cento) menos energia comparado com as lâmpadas fluorescentes (REVISTA ÉPOCA, 2013).

Os produtos eletrônicos são os mais modificados pela prática da obsolescência, mas também é possível visualizar a sua prática em diversos seguimentos, como por exemplo no automobilístico. Sobre esse tipo de produto, Macêdo (2014, p. 2) afirma:

O Superior Tribunal de Justiça, no julgamento do Recurso Especial nº 984.106, acolheu as razões do consumidor que teve frustrada a expectativa de durabilidade de um trator. Adquirido novo, o trator apresentou problema depois de três anos de uso. Mesmo já fora do prazo de garantia, que era de um ano, o Judiciário condenou o fornecedor ao reparo do bem, sob o argumento de que um bem deste tipo é vendido com a expectativa de ter vida útil de aproximados 10 anos (ou 10 mil horas de uso).

Insta salientar que no Brasil, a omissão de informações acerca da durabilidade dos produtos é considerada como infração penal, segundo o artigo 66 da Lei 8.078/1990 (BRASIL, 1990). Juntamente com a previsão de responsabilidade compartilhada entre fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes sobre o ciclo de vida do produto previsto na Política Nacional de Resíduos Sólidos (BRASIL, 2010).

5 DA RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

O estudo da responsabilidade civil é de suma importância na seara consumerista, pois o consumidor não pode assumir os riscos de eventuais danos decorrentes de produtos ou serviços. O fornecedor tem a responsabilidade de colocar à disposição do mercado de consumo, produtos e serviços de boa qualidade, na sua quantidade devida, sempre baseado nos princípios consumeristas e nos direitos do consumidor (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 309).

A Constituição Federal de 1988 prevê, em seu artigo 170, a livre iniciativa para a exploração de atividade econômica, característica de uma sociedade capitalista e globalizada (BRASIL, 1988). O Código de Defesa do Consumidor segue as bases constitucionais e, juntamente, com a livre iniciativa, prevê ao fornecedor a responsabilidade civil pelo risco do negócio (NUNES, 2015, p. 214).

Desse modo, ao investir em uma atividade econômica, o fornecedor poderá ser responsabilizado objetivamente por danos que vier a causar nos consumidores, sejam eles consumidores padrão ou equiparados. O fornecedor, ao colocar no mercado um produto ou serviço, deve levar em consideração diversos fatores, como por exemplo, *marketing*, custos de produtos, tributação e também eventuais danos que puderem ser causados (NUNES, 2015, p. 215).

A responsabilidade civil do fornecedor é objetiva baseada na Teoria do Risco do Negócio. A única exceção à regra geral são os profissionais liberais, que quando incorrem em erro, devem ter a culpa apurada para fins de responsabilização, conforme prevê o artigo 14, § 14º do CDC (BRASIL, 1990).

Cabe mencionar que inúmeras vertentes devem ser analisadas para imputar a responsabilização no fornecedor, dentre elas se ocorreu vício ou fato no produto, pois a responsabilização de ambas ocorre de modo distinto (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 310).

Como regra geral, na responsabilidade civil pela indenização pelos danos causados compreende o dano em si e os “lucros cessantes”, ou seja, todos os meios em que o lesado deixou de constituir renda por consequência do dano. Para a apuração dos valores, é calculado o valor real do dano, mais o valor aproximado dos lucros cessantes. Os dados podem ser de material moral, material, estético e dano à imagem (NUNES, 2015, p. 241).

A necessidade de responsabilidade civil na seara consumerista possui finalidade para além dos prejuízos causados ao consumidor e atua, principalmente, na sanção como desestímulo a práticas comerciais abusivas e na melhor análise dos produtos colocados no mercado de consumo (NUNES, 2015, p. 216-217).

O vício e o fato do produto são característicos do modelo capitalista que visa, sobretudo, a produção e consumo em massa. Desse modo, com produções em larga escala, é difícil que se obtenha um nível maior de qualidade nos produtos e o fornecedor corre o risco de ter algum produto defeituoso ou viciado. Ao empreender no mundo contemporâneo, o fornecedor que opta pela produção em larga escala, precisa embutir no preço do produto o risco do negócio (NUNES, 2015, p. 216-217).

5.1 A RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA

A responsabilidade por vício ou fato dos produtos está prevista nos artigos 18 a 20, do Código de Defesa do Consumidor. A interpretação desses artigos deixa claro que o legislador optou pela responsabilidade objetiva do fornecedor, quando esse tiver o dever de indenização. Os artigos não fazem qualquer menção a necessidade de comprovação da culpa para caráter indenizatório, somente o elo entre o nexo causal e o dano (CAVELIERI FILHO, 2014, p. 347).

O artigo 20, do CDC, reitera a responsabilidade objetiva ao afirmar que a ignorância do fornecedor não o exime de indenização, pois o consumidor, como parte mais frágil da relação jurídica, não pode ficar sem assistência reparatória (CAVELIERI FILHO, 2014, p. 347).

Heloísa Carpena Vieira de Mello (1998, p. 77) se posiciona sobre o assunto:

Assim, na sociedade massificada, a noção de culpa, e mesmo o recurso a presunção de negligência ou imperícia do fornecedor direto não são suficientes para dividir de forma justa os novos riscos da sociedade de consumo. O princípio da solidariedade, expresso no art.7º, parágrafo único do CDC, que atribuiu a responsabilidade conjunta aos fornecedores, possuem eles ou não vínculos contratuais com o consumidor, demonstra a atual tendência de superar a estrita divisão entre a responsabilidade contratual e a extracontratual em matéria de proteção ao consumidor. O regime de responsabilidade objetiva e da relação de solidariedade entre todos os fornecedores na cadeia de produção vem apresentar, permita-me frisar, uma resposta adequada e suficiente que permita uma solução justa aos conflitos decorrentes da forma impessoal e complexa com que são produzidos bens e serviços.

No Código de Defesa do Consumidor, o legislador estabeleceu as bases da responsabilidade civil para as demandas de consumo baseada no risco do negócio. O fornecedor, ao colocar no mercado de consumo um produto ou serviço, deve assumir o risco de eventuais danos e, ocorrendo-o, deve indenizar integralmente os prejudicados (NUNES, 2015, p. 223-225).

A responsabilidade objetiva exclui a comprovação de culpa para efeitos indenizatórios, ou seja, não importa se o fornecedor teve culpa no acontecimento danoso. Baseado na teoria do risco do negócio, somente a comprovação do elo entre dano e nexa causal é necessário para pleitear a reparação (NUNES, 2015, p. 223-225).

A jurisprudência na seara consumerista possui o entendimento consolidado na incidência da Teoria do Risco do Negócio (DISTRITO FEDERAL, 2015):

TEORIA DO RISCO DO NEGÓCIO OU ATIVIDADE. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR. RESTITUIÇÃO EM DOBRO. CABIMENTO. RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO. 1 - A teoria do risco do negócio ou atividade constitui base da responsabilidade objetiva do Código de Defesa do consumidor e se coaduna com os demais princípios que informam o microssistema dos Juizados Especiais a fim de proteger a parte hipossuficiente na relação de consumo. Assim, tal risco não pode ser transferido ao consumidor. 2 - Dispõe o artigo 42, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor, que: "o consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável." A reparação aqui prevista prescinde de prova da má-fé, bastando a demonstração objetiva da falha havida (cobrança de quantia já paga). Ao fornecedor incumbe o ônus de demonstrar o engano justificável a afastar a sanção do art. 42, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor, o que não ocorreu no caso em tela. Irretocável a condenação à devolução dobrada. 3 - Pagamento originário comprovado pelo autor à fl. 10, assim como também o segundo pagamento feito pelo recorrido em decorrência de equívoco da instituição bancária (fl. 12). 3 - RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO. 4 - Custas e honorários fixados em 15% sobre o valor da condenação. 5 - Decisão proferida na forma do art. 46, da Lei nº da Lei nº 9.099 /95, servindo a ementa como acórdão.

Com o objetivo de salvaguardar o direito do consumidor a integralidade da indenização, o Código de Defesa do Consumidor previu além da responsabilidade objetiva, a solidariedade como regra na seara consumerista. Desse modo, a solidariedade entre os fornecedores é reafirmada nos artigos 7º, parágrafo único, 18 e 25, §§ 1º e 2º, que visam imputar a responsabilidade pelo dano a qualquer um dos fornecedores que esteja na cadeia produtiva (BRASIL, 1990).

Ao fornecedor que couber o pagamento da indenização, poderá entrar com ação de direito de regresso contra o verdadeiro responsável pelo dano causado ao consumidor. A solidariedade visa dar maior segurança e proteção ao consumidor, de que, havendo um dano, ele será integralmente indenizado (CAVALIERI FILHO, 2010 p. 322-323).

Segundo entendimento consolidado pela doutrina (MARQUES; BENJAMIM; MIRAGEM, 2010, p. 484-485):

No sistema do CDC respondem pelo vício do produto todos aqueles que ajudaram a colocá-lo no mercado, desde o fabricante (que elaborou o produto e o rótulo), o distribuidor, ao comerciante (que contratou com o consumidor). A cada um deles é imputada a responsabilidade pela garantia de qualidade adequada do produto. Parece-nos, em um primeiro estudo, uma solidariedade imperfeita, porque tem como fundamento a atividade de produção típica de cada um deles. É como se a cada um deles a lei impusesse um dever específico, respectivamente, de fabricação adequada, de distribuição somente de produtos adequados, de comercialização somente de produtos adequados e com as informações devidas. O CDC adota, assim, uma imputação, ou, atribuição objetiva, pois todos são responsáveis solidários, responsáveis, porém, em última análise, por seu descumprimento do dever de qualidade, ao ajudar na introdução do bem viciado no mercado. A legitimação passiva se amplia com a responsabilidade solidária e com um dever de qualidade que ultrapassa os limites do vínculo contratual consumidor/fornecedor direto.

Claudia Lima Marques, Bruno Miragem e Antônio Herman Benjamim completam afirmando que a responsabilidade civil do fornecedor não se esgota no âmbito contratual, pois o Código de Defesa do Consumidor engloba toda a cadeia produtiva visando dar maior segurança ao consumidor (MARQUES, MIRAGEM, BENJAMIM, 2010, p. 484-485).

Cabe mencionar que a solidariedade, na seara consumerista, possui as suas bases no dever de segurança. O fornecedor, ao colocar um produto no mercado de consumo, deve estar seguro de que o produto não causará eventuais danos ao consumidor e, para isso, deve realizar todos os testes necessários para comprovação. Uma vez colocado à disposição dos consumidores devem ser cumpridos todos os direitos do consumidor previstos no artigo 6º e seus incisos (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 322-323).

5.2 O VÍCIO DO PRODUTO E/OU SERVIÇO

Os vícios no produto ou serviço ocorrem em caráter patrimonial, ou seja, quando o vício é perceptível na qualidade e quantidade. Os vícios estão previstos no artigo 18, do Código de Defesa do Consumidor e podem ser aparentes ou ocultos.

Os vícios de qualidade são aqueles que tornam o produto impróprio para consumo ou que diminua o seu valor econômico. É dever do fornecedor que os produtos disponibilizados sejam de qualidade, ou seja, os produtos precisam cumprir as funções as quais se destinam. É possível mencionar alguns exemplos do que são produtos com vícios na qualidade, como: produtos com prazo de validade vencido, deteriorados, alterados, adulterados, corrompidos e fraudados (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 349).

Os vícios de quantidade ocorrem quando o produto não está completo, não foi disponibilizado em sua totalidade. Os vícios de quantidade também ensejam em responsabilização, visto que no contrato entre as partes é previsto produto e/ou serviço com quantidade e funções (NUNES, 2015, p. 270).

Há produtos, no entanto, que possui sensível perda de quantidade como características naturais e própria do produto, por exemplo, gás liquefeito de petróleo engarrafado. Para esses casos, o consumidor deve estar ciente de que pode ter sensíveis perdas decorrente natureza do produto. Insta mencionar que a informação sobre possíveis perdas naturais na quantidade do produto, é dever do fornecedor (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 353).

Os vícios de quantidade nos produtos estão previstos no artigo 19, do Código de Defesa do Consumidor. Nesse artigo, são expostas medidas de reparação como, por exemplo, o abatimento proporcional do preço, o complemento do preço ou da quantidade restante e até mesmo a substituição do produto por outro idêntico e sem vícios. O consumidor poderá escolher qual medida reparatória lhe é mais conveniente (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 353).

Os vícios ocorrem no caráter patrimonial do produto, na sua qualidade ou quantidade. Esses vícios podem ser aparentes ou ocultos. Os vícios aparentes são também chamados de vícios de “fácil constatação”, ou seja, é aquele que aparece durante a utilização do produto de forma visível e está previsto no artigo 26, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor (NUNES, 2015, p. 231).

Além dos vícios aparentes, o CDC resguarda o direito do consumidor quando os vícios forem ocultos, ou seja, quando não visíveis de constatação, e geralmente aparecem após algum tempo de uso. Os vícios ocultos são previstos no artigo 26, § 3º, do Código de Defesa do Consumidor (NUNES, 2015, p. 231).

Os vícios ocultos interrompem o tempo de vida do produto e também a expectativa de utilização pelo consumidor. Desse modo, os vícios ocultos possuem prazo para pleito de reparação ou indenização diferente do vício aparente que é nítido desde a entrega do bem. Para os vícios ocultos, o prazo começa a correr a partir da constatação do vício para proteger o princípio da confiança nas relações de consumo.

Cabe salientar que a obsolescência programada é um tipo de vício oculto no produto que de forma planejada possui a sua vida útil reduzida. O CDC foi omissivo em relação a determinação pelo fornecedor do tempo de vida útil dos produtos. Desse modo, o consumidor, que não possui poder informacional e técnico, passa pelo prejuízo e insatisfação de ter o seu produto inutilizável.

Sobre o vício e a obsolescência, Renner (2018, p. 408) comenta:

a abusividade da conduta praticada pelo fornecedor está na frustração do próprio consumidor, que de boa-fé adquire um produto que deve ser durável mas, pouco tempo após a sua aquisição e normalmente depois do prazo de garantia legal, passa a apresentar defeito, seja não funcionando ou funcionando mal e, diante das dificuldades na realização do conserto (seja porque não há peças de reposição, ou as mesmas são mais caras que um novo aparelho, ou mesmo porque há dificuldade no acesso à assistência técnica), o consumidor acaba por descartar o objeto.

Desse modo, cabe frisar, que quando o fornecedor atua na prática da obsolescência programada, infringe uma série de princípios e deveres consumeristas, tal qual: o princípio do boa-fé objetiva, o princípio da confiança, o dever de informação e o princípio da transparência. Por frustrar com as reais expectativas do consumidor ao adquirir o produto e atuar de má-fé, o fornecedor deve ser responsabilizado. (RENNER, 2012, p. 405-416).

5.2.1. As diferenças entre vício e defeito no Código de Defesa do Consumidor

O legislador por diversas vezes confundiu ao utilizar o termo “vício” como “defeito” nos artigos do Código de Defesa do Consumidor, o que possibilita uma confusão no entendimento do intérprete e aplicador do Direito. Desse modo, faz-se

necessário a distinção entre os termos, pois na prática os mesmos possuem singularidades, inclusive, no que toca à responsabilização (NUNES, 2015, p. 227).

Os vícios são identificados quando ocorrem na qualidade ou quantidade do produto que lhes diminua o valor no mercado e ainda que impossibilite o seu uso. Os vícios nem sempre são aparentes, pois também podem ser ocultos. Os vícios aparentes possuem fácil constatação e os vícios ocultos somente são identificados após um tempo de uso (CAVALIERI, 2014, p. 310-311).

O defeito compromete a segurança do produto e pode vir a causar um dano extrínseco como, por exemplo, um defeito na televisão pode vir a causar um incêndio na casa ou uma lata de creme de leite, que não foi conservada de forma correta pelo supermercado, pode vir a causar problemas gástricos nos consumidores do produto. Por meio dos exemplos, é perceptível que os defeitos pressupõem vício e que causam danos externos ao produto (NUNES, 2015, p. 228-229).

Nesse sentido, Rhayra de Carvalho (2016, p. 10) afirma:

Dessa maneira, a responsabilidade por vícios é consequência de defeitos que não provocam acidentes de consumo, nem geram risco à integridade física ou psíquica do consumidor, como ocorre na responsabilidade pelo fato do produto ou serviço. Por isso é que são diferentes os aspectos observados em relação a responsabilidade pelo vício do produto ou serviço. Não há dúvida, no entanto, que em ambos configura-se a responsabilidade objetiva, pois não há a necessidade de caracterização da culpa para que o fornecedor seja responsabilizado.

É de suma importância identificar as peculiaridades do defeito e do vício, sobretudo, as suas consequências no âmbito interno ou externo no cotidiano do consumidor. Somente após a identificação é possível determinar em que âmbito ocorreu o dano e quais são as consequências para o fornecedor. (CARVALHO, 2016, p. 10).

5.2.2. Os Responsáveis legalmente

O artigo 18, *caput*, CDC elenca os responsáveis por vícios dos produtos, seja um vício aparente ou oculto. O legislador não especificou qual o fornecedor em específico será o responsável pela indenização, visto que o Código de Defesa do Consumidor possui como base a responsabilidade objetiva e solidariedade entre os fornecedores da cadeia de consumo (NUNES, 2015, p. 231-233).

Desse modo, todos os fornecedores podem ser igualmente acionados para responsabilização na seara consumerista quando os vícios do produto recaírem sobre qualidade e quantidade, sejam eles vícios ocultos ou aparentes (NUNES, 2015, p.232).

5.2.3. A Garantia legal

O Código de Defesa do Consumidor prevê, em seu artigo 24, o prazo de garantia legal dos produtos. O legislador estipulou um prazo de “garantia de adequação” do produto, ou seja, o prazo deve ser compatível com a vida útil que se espera do produto, com a sua devida qualidade e eficiência (BRASIL, 1990). O legislador, ao estipular o prazo como adequado, buscou assegurar a qualidade dos produtos disponíveis no mercado de consumo, pois, o prazo de garantia legal impõe aos fornecedores o dever de qualidade e não os exonera de eventuais indenizações (NUNES, 2015, p. 424).

Cabe mencionar que além da garantia legal, prevista pelo CDC, o fornecedor também poderá disponibilizar garantia contratual para o consumidor. Por meio da garantia contratual, prevista no artigo 50, é dado um prazo estendido e complementar ao da garantia legal (BRASIL, 1990). O fornecedor não é obrigado a disponibilizar tal garantia, mas caso o faça, deverá assumir o risco de eventuais indenizações por vícios no produto (NUNES, 2015, p. 434-436).

Sobre o prazo de garantia, o Superior Tribunal de Justiça (BRASIL, 2012) possui o seguinte entendimento:

O entendimento do Superior Tribunal de Justiça é no sentido de que a aferição do vício oculto ocorrerá com base no critério de vida útil: “[...] o fornecedor não está, ad aeternum, responsável pelos produtos colocados em circulação, mas sua responsabilidade não se limita pura e simplesmente ao prazo contratual de garantia, o qual é estipulado unilateralmente por ele próprio [...]”. 6. Os prazos de garantia, sejam eles legais ou contratuais, visam a acautelar o adquirente de produtos contra defeitos relacionados ao desgaste natural da coisa, como sendo um intervalo mínimo de tempo no qual não se espera que haja deterioração do objeto [...]. [...] o Código de Defesa do Consumidor, no parágrafo 3º do artigo 26, no que concerne à disciplina do vício oculto, adotou o critério da vida útil do bem, e não o critério da garantia, podendo o fornecedor se responsabilizar pelo vício em um espaço largo de tempo, mesmo depois de expirada a garantia contratual. 8. Com efeito, em se tratando de vício oculto não decorrente do desgaste natural gerado pela fruição ordinária do produto, mas da própria fabricação, [...]. 9. Ademais, [...] venda de um bem tido por durável com vida útil inferior àquela que legitimamente se esperava, além de configurar um defeito de adequação

(artigo 18 do CDC), evidencia uma quebra da boa-fé objetiva, que deve nortear as relações contratuais, sejam de consumo, sejam de direito comum” - STJ. REsp 984.106/SC. Relator(a): Ministro Luis Felipe Salomão. 4º Turma. DJe 20/11/12.

O Consumidor possui o prazo para pleitear o direito de reparação do produto viciado. O Código de Defesa do Consumidor assegura o direito de reparação no artigo 26, I e II, ao afirmar que o consumidor possui o prazo de 30 (trinta) dias para reclamar de vícios aparentes em produto e serviços não duráveis e o prazo de 90 (noventa) dias para reclamar de vícios aparentes em produtos duráveis (HOLTHAUSEN, 2010, p. 13-15).

O prazo dado pelo CDC é decadencial e começa a contar a partir da data de entrega do produto ao fornecedor, que terá um prazo de 30 (trinta) dias para reparação do produto em questão. Cabe mencionar que o prazo decadencial para reclamação de vício do produto começa a contar da data da entrega do bem quando o vício for aparente e quando o vício for oculto começa a contar da data em que ficar evidente o vício (HOLTHAUSEN, 2010, p. 13-14).

Sobre o vício oculto e o início do prazo decadencial para pleito reparatório, a jurisprudência tem o seguinte entendimento (PERNAMBUCO, 2018):

RECURSO INOMINADO. DIREITO DO CONSUMIDOR. INCOMPETENCIA DO JUÍZO E ILEGITIMIDADE PASSIVA AFASTADAS. RESPONSABILIDADE DO COMERCIANTE/IMPORTADOR. VICIO DO PRODUTO QUE SE APRESENTA FORA DO PRAZO DE GARANTIA. VICIO DE QUALIDADE QUE IMPEDE A UTILIZAÇÃO DO PRODUTO. VIDA ÚTIL DO BEM. RESTITUIÇÃO DO VALOR PAGO. RECURSO INOMINADO PROVIDO. [...] Note-se que o prazo para o consumidor reclamar de defeito ou vício oculto de fabricação, não decorrentes do uso regular do produto, começa a contar a partir da descoberta do problema, desde que o bem ainda esteja em sua vida útil, independentemente da garantia [...] a doutrina consumerista tem entendido que o Código de Defesa do Consumidor, no parágrafo 3º do artigo 26, no que concerne à disciplina do vício oculto, adotou o critério da vida útil do bem, e não o critério da garantia, podendo o fornecedor se responsabilizar pelo vício em um espaço largo de tempo, mesmo depois de expirada a garantia contratual. [...] o Judiciário deve combater práticas abusivas como a obsolescência programada de produtos duráveis. (TJPE, Recurso Inominado Nº 0028051-18.2017.8.17.820, 3º Gabinete da Quarta Turma Recursal – JECRC, Relator: Carlos Antônio Alves Da Silva, DJ em 29/08/2018).

Segundo o entendimento jurisprudencial, é possível pedir reparação de produto com vício oculto mesmo após o prazo de garantia legal para os casos em que ainda houver a expectativa de vida útil do produto. Quando o vício oculto é identificado,

o prazo para pleito reparatório começa a contar a partir do dia da identificação do vício, ainda que já tenha acabado o prazo da garantia legal e contratual.

Após a constatação do vício do produto, seja por qualidade ou quantidade, o fornecedor tem o prazo de 30 (trinta) dias para sanear o vício. O prazo é máximo, isto é, o fornecedor tem até 30 (trinta) dias e após esse lapso temporal o consumidor poderá requerer outras formas para sanear o vício (RODRIGUES, 2014, p. 6-7).

O prazo é dado ao fornecedor para que este conserte o produto e, somente na impossibilidade do conserto ou na falta do cumprimento do prazo, o consumidor poderá escolher entre a substituição do produto por outro da mesma espécie e em perfeitas condições de uso, o abatimento proporcional do preço ou a restituição da quantia paga (NUNES, 2015, p. 247-253).

Cabe frisar que o prazo de 30 (trinta) dias para saneamento do produto é um direito do fornecedor e caso o consumidor venha a desrespeitar esse prazo, poderá ser considerado abuso de direito por sua parte. Somente após o lapso temporal é dado ao consumidor o direito de escolha, entre as alternativas previstas no artigo 18, § 1º, I, II e III do Código de Defesa do Consumidor (RODRIGUES, 2014, p. 6-7).

5.4 O FATO DO PRODUTO

Os consumidores possuem direitos previstos no artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor e entre eles está o direito a saúde, à vida e à segurança, previsto no inciso I. Paralelamente, os fornecedores possuem o dever de assegurar tais direitos previstos no artigo e, entre eles, colocar à disposição do mercado de consumo produtos de qualidade e segurança, além de informações necessárias para a sua utilização (HOLTHAUSEN, 2010, p. 7).

O fato do produto, na seara consumerista, são todos os danos causados por produtos que sejam visíveis no campo externo. Desse modo, o fato envolve mais do que danos patrimoniais de qualidade e quantidade, mas, de fato, um dano visível na realidade do consumidor. Por exemplo, uma televisão com defeito que gera um incêndio na sala da casa (NUNES, 2015, p. 318-319).

A Lei fala em “fato do produto” para todos os acontecimentos que vinculam o defeito de um produto a um acidente visível externamente. No entanto, alguns doutrinadores utilizam do termo “acidente de consumo” para os danos causados por

produtos defeituoso. Rizzato Nunes (2015, p. 315), discorda desse posicionamento ao afirmar:

Diga-se, de qualquer maneira, que se tem usado tanto “fato” do produto e do serviço, quanto “acidente de consumo”, para definir o defeito. Porém, o mais adequado é guardar a expressão “acidente de consumo” para as hipóteses em que tenha ocorrido mesmo um acidente: queda de um avião, batida do carro por falha no freio, quebra da roda-gigante no parque de diversões etc., e deixar fato ou defeito para as demais ocorrências danosas. Em qualquer hipótese, aplica-se a Lei.

Com a finalidade de esclarecer eventuais dúvidas, o Código de Defesa do Consumidor no artigo 12, § 1º, determina que o produto é defeituoso quando não oferece a devida segurança que se espera, ou seja, quando o produto não é legítimo de confiança (BRASIL, 1990). Deve-se utilizar de análise técnica para aferir se o produto é defeituoso ou se é legitimamente seguro para fins de utilização (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 312-313).

Para abranger a proteção, o CDC incluiu todos os envolvidos no acidente de consumo, os equiparando como consumidores para fins de maior proteção do âmbito consumerista. Esse ponto é de suma importância, pois o legislador cessou as diferenças entre relações jurídicas contratuais e extracontratuais e possibilitou que outras pessoas que não tiverem vínculo contratual de consumo, mas atingidas pelo fato do produto, possam ser indenizadas igualmente (MELLO, 1998, p. 81).

O fato do produto é uma espécie de defeito qualificado, pois causa danos externos ao consumidor, que vão além da seara patrimonial e recai na saúde, vida e segurança. O consumidor não poderá ficar sem assistência reparatória e, desse modo, visando salvaguardar o direito previsto no artigo 6º, I, o Código de Defesa do Consumidor prevê, em seu artigo 12, a responsabilidade solidária dos fornecedores (HOLTHAUSEN, 2010, p. 7).

O consumidor poderá requerer indenização de qualquer fornecedor da cadeia produtiva, seja ele fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro e o importador. A intenção do legislador foi, justamente, dar maior proteção ao consumidor que poderá escolher a quem pleiteará o caráter indenizatório. (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 321-322).

O comerciante foi parcialmente excluído da responsabilidade para esses casos. Somente poderá ser acionado nos casos de não identificação do fabricante ou produto, se não houver conservado corretamente alimentos perecíveis ou se o produto

foi fornecido sem informação clara do seu fornecedor, segundo o previsto no artigo 13, I, II, III, do CDC (NUNES, 2015, p. 325).

Cabe mencionar que o comerciante poderá alegar direito de regresso do valor indenizado para o fornecedor que tiver real comprometimento com o fato do produto (HOLTHAUSEN, 2010, p. 7).

5.5 A RESPONSABILIDADE CIVIL NA PRÁTICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Diante da omissão legislativa sobre o tema, a prática da obsolescência programada fundamenta-se no vício oculto do produto e nas infrações ao princípio da boa-fé e ao princípio da informação (NETO, 2018, p. 213-214).

Como visto anteriormente, a obsolescência programada é uma prática comercial abusiva que visa a programação para perda da vida útil do produto. A durabilidade é ponto importante na aquisição de um produto, sobretudo, os produtos eletrônicos. Ao realizar a compra, o consumidor não possui informação sobre o tempo de vida útil do produto, pois a legislação brasileira é omissa sobre esse ponto. A única informação disponível é o tempo de garantia assegurado (NETO, 2018, p. 213-214).

Bruno Miragem (2016, p. 241) se posiciona sobre o tema, ao afirmar:

A redução do tempo de utilização do produto, de sua durabilidade, afeta, evidentemente, o dever de adequação que integra o dever geral de qualidade imposto ao fornecedor. Pelo dever de adequação, lembre-se, tutela-se as expectativas legítimas do consumidor sobre a utilidade do produto ou serviço. [...] A legitimidade da expectativa despertada, de sua vez – a confiança do consumidor – depende do seu nível de conhecimento sobre o produto ou serviço e das informações de que dispõe.

Cabe frisar que o fornecedor deve cumprir com os seus deveres de informação e cooperação, baseados no princípio da boa-fé. A prática da obsolescência programada constitui infração aos princípios-deveres previstos no Código de Defesa do consumidor, pois ao colocar no mercado de consumo produtos que possuem vida útil reduzida, o consumidor é enganado (CAVALIERI FILHO, 2014, p.39-45).

A obsolescência programada constitui pratica comercial abusiva, pois atua em desconformidade com as previsões dos artigos 29 a 38, todos do CDC. As práticas comerciais consideradas como abusivas estão previstas no artigo 39, do CDC, rol

exemplificativo, pois todas as demais práticas que estiverem em desconformidade com a conduta esperada são consideradas como condutas abusivas (NETO, 2018, p. 26-27).

Cabe mencionar que a obsolescência programada constitui vício oculto no produto, pois ao realizar a compra, o consumidor não tem informação de que a vida útil do produto está comprometida de forma programada (NETO, 2018, p. 25).

Após a identificação do vício oculto, que recai sobre a qualidade e torna o produto inutilizável e obsoleto, o consumidor deverá notificar o fornecedor do vício encontrado e ser indenizado pelo produto viciado. Afinal, ao comprar, o consumidor espera pela qualidade e eficiência do produto. Desse modo, o prazo decadencial previsto no artigo 26, do CDC, começa a contar no dia em que o vício oculto foi identificado e notificado ao fornecedor (NETO, 2018, p. 25-26).

O entendimento jurisprudencial segue a mesma diretriz dos argumentos expostos acima, ou seja, que o consumidor não poderá arcar com os prejuízos advindos da prática comercial abusiva da obsolescência programada.

Observa-se (RIO GRANDE DO SUL, 2013):

CONSUMIDOR. VÍCIO DO PRODUTO. TELEVISOR. VÍCIO DE NATUREZA OCULTA. DIREITO À DEVOLUÇÃO DO PREÇO PAGO. SENTENÇA REFORMADA. 1. O consumidor não pode arcar com o vício constante do produto do qual se espera durabilidade maior que um ano, como é o caso dos autos, eis que se trata de um aparelho televisor. (TJRS, Recurso Cível Nº 71004556577, Terceira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Cleber Augusto Tonial, DJ 12/09/2013).

Quando o produto se torna obsoleto e inutilizável em um curto espaço de tempo, mesmo que após o prazo da garantia legal, o entendimento é consolidado de que o consumidor não poderá ficar no prejuízo. Isso porque ao realizar a compra de determinado produto, o consumidor cria a real expectativa de que poderá utiliza-lo em um determinado lapso temporal. O entendimento jurisprudencial para esses casos é de que além da reparação material, o consumidor deverá ser indenização por danos morais pela frustração.

Nesse sentido, cumpre registrar (RIO DE JANEIRO, 2011):

Ação de defesa do consumidor, responsabilidade civil c/c indenização de dano material e moral. Aquisição de eletrodoméstico. Aparelho de TV 42PF7321. Defeito apresentado um ano e doze dias após sua aquisição, fora do prazo de garantia. Consulta à assistência técnica. Frete cobrado pelo transporte até a sede da mesma. Comprovação do defeito. Orçamento

realizado. Ausência de peças de reposição. Produto imprestável. Impossibilidade de conserto pela assistência técnica. Contatos mantidos diretamente com o fornecedor. Ausência de informação. Alegada negligência e descumprimento de contrato da relação com o consumidor. AC 0006196-91.2008.8.19.0004 - 4ª, CAMARA CIVEL do TJRJ - Relator DES. SERGIO JERONIMO A. SILVEIRA. Julgamento: 19.10.2011.

Ainda, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul proferiu o seu entendimento (RIO GRANDE DO SUL, 2011):

CONSUMIDOR. VÍCIO DO PRODUTO. MICROCOMPUTADOR PORTÁTIL. DURABILIDADE DO PRODUTO QUE DEVE SER MAIOR DO QUE O SIMPLES LAPSO TEMPORAL DE GARANTIA. DEVER DE INDENIZAR. DANO MORAL INOCORRENTE. - A responsabilidade do fornecedor não pode restar adstrita ao prazo da garantia contratual concedida vez que o vício de qualidade, desde que se apresente dentro de um prazo razoável de durabilidade do produto, imputa ao fornecedor o ônus da saná-lo. Exegese do art. 26, §3º do CODECON. - Equipamento de informática cuja expectativa de vida útil, por certo, ultrapassa o prazo de garantia contratual de um ano. (TJRS, Recurso Cível Nº 71003371267, Terceira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Eduardo Kraemer, DJ 16/01/2012).

O Tribunal de Justiça do Paraná também possui o mesmo entendimento sobre o tema (PARANÁ, 2016):

RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER. VÍCIO NO PRODUTO. RELAÇÃO DE CONSUMO. APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. TELEVISOR QUE APRESENTA VÍCIO CINCO ANOS APÓS A AQUISIÇÃO. VÍCIO DE FABRICAÇÃO DEMONSTRADO. FORNECEDOR QUE RESPONDE PELO TEMPO PREVISTO PELA VIDA ÚTIL DO BEM. OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA. PRODUTOS QUE SÃO FABRICADOS PARA TER UM CURTO TEMPO DE VIDA. ABUSIVIDADE. APLICAÇÃO DO ARTIGO 26, II, § 3º DO CDC. DECADÊNCIA AFASTADA. RESTITUIÇÃO DEVIDA. SENTENÇA REFORMADA. Recurso conhecido e provido. Ante o exposto, esta Turma Recursal resolve, por unanimidade de votos, CONHECER e PROVER ao recurso interposto, nos exatos termos deste voto (TJPR - 1ª Turma Recursal - 0018841-39.2015.8.16.0182/0 - Curitiba - Rel.: FERNANDA DE QUADROS JORGENSEN GERONASSO - - J. 21.03.2016).

Na prática, há poucos precedentes judiciais que indenizem a prática da obsolescência programada, pois a sua comprovação, de fato, é mais difícil. Comprovar que um produto sofreu modificação programada, que vise a sua diminuição da vida útil, requer prova técnica e pericial, nem sempre disponível e com tecnologia de ponta disponível (RODAS, 2015, p. 1-2).

Sobre a necessidade de produção de provas técnicas para qualificação da obsolescência programada, o Tribunal de Justiça de Rondônia proferiu decisão desse sentido (RONDÔNIA, 2019):

Agravo de instrumento. Danos materiais e morais. Obsolescência programada. Vício oculto. Prova pericial. Várias impressoras. A fim que assegurar o acesso à ampla defesa e ao contraditório, assim como a segurança jurídica da decisão judicial para ambas as partes, havendo a alegação de vício oculto no produto, por obsolescência programada, a prova pericial deverá ser realizada em todas as impressoras adquiridas e objeto da demanda.

O ministro do Superior Tribunal de Justiça (BRASIL, 2012): afirma:

Vivemos em uma sociedade pós-moderna, de massa, de consumo de massa, onde tudo é induzido a ter vida curta, onde há necessidade de se trocar frequentemente os produtos. É necessário estabelecer um meio-termo: não barrar a evolução tecnológica, a evolução do design, a evolução das coisas como naturalmente ocorre em um regime capitalista, e, ao mesmo tempo, assegurar ao consumidor seus devidos direitos.

Paralelamente a dificuldade de prova técnica que afirme a prática comercial abusiva, há também a desinformação do consumidor acerca do assunto. Faz-se necessário a maior divulgação da obsolescência programada visando dar maiores informações ao consumidor que deve comprar o produto de modo consciente. Afinal, o dever de informar e o direito de ser informado são previstos no Código de Defesa do Consumidor (RODAS, 2015, p. 1-3).

Como mencionado anteriormente, o Código de Defesa do Consumidor é omissivo em relação a previsão do tempo de vida útil do produto. Desse modo, os fornecedores não possuem dever de informar ao consumidor a real expectativa de utilização. A omissão por parte do CDC contribui de forma direta para a continuidade de tal prática comercial abusiva, visto que a segurança na realização da compra com a real expectativa de vida útil é limitada.

Alguns países como, por exemplo, a França, já emendaram o Código do Consumidor prevendo a ilegalidade da obsolescência programada. O artigo L441-2, L454-6 e L441-2 da *Code de la consommation* preveem:

Artigo L441-2. A prática da obsolescência programada é proibida pelo uso de técnicas pelas quais a pessoa responsável pela colocação de um produto no mercado visa reduzir deliberadamente sua expectativa de vida, a fim de aumentar a taxa de reposição. Artigo L454-6. A infração prevista no artigo

L441-2 é punível com dois anos de prisão e multa de 300.000 euros. O montante da multa pode ser aumentado, na proporção dos benefícios derivados da infração, para 5% do volume de negócios médio anual, calculado sobre os três últimos volumes de negócios anuais conhecidos à data dos factos.

Quando o Código prevê a sanção de multa para os fornecedores que praticarem a obsolescência programada, enseja um cenário de destímulo a sua prática de maneira a diminuí-la consequentemten. A previsão no Código de Defesa do Consumidor é necessária visando a redução, portanto, da prática no país, tanto para dar maior segurança os consumidores, quanto para diminuir a incidência da prática comercial abusiva (NETO, 2018, p. 33-34).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Código de Defesa do Consumidor possui o objetivo de proteção ao consumidor, parte mais frágil da relação jurídica de consumo. Primeiramente para que o cidadão seja considerado um consumidor e utilize das normas previstas no Código para sua proteção, deve ser configurada a relação de consumo. A mesma deve possuir alguém que compre como destinatário final (consumidor), alguém quem venda com habitualidade e profissionalidade (fornecedor), e, ainda, um produto ou serviço como elo entre as partes.

Configurada a relação de consumo, as normas que serão utilizadas pelas partes são previstas no Código de Defesa do Consumidor e visam salvaguardar e equilibrar os pólos da relação jurídica consumerista. Isso ocorre porque o consumidor é parte mais vulnerável dessa relação, pois possui vulnerabilidade informacional, econômica e tecnológica quando comparado ao fornecedor.

Desse modo, o princípio da vulnerabilidade, previsto no CDC, e considerado como princípio base das relações de consumo, afirma que a vulnerabilidade é característica intrínseca do consumidor, sendo necessária à sua proteção.

A obsolescência programada está em oposição aos princípios e direitos consumeristas. Tal prática comercial, disseminada desde 1929, passou por modernizações e continua a ser muito utilizada atualmente. A obsolescência programada visa a diminuição da perda da vida útil dos produtos com o objetivo de aumentar o consumo de produtos.

Cabe mencionar que a obsolescência não se esgota na possibilidade de programação, mas, também, inclui a obsolescência percebida e a obsolescência técnica. Em ambas, o objetivo principal é tornar o produto obsoleto e antiquado, seja por meio de novas tecnológicas ou por meio de designs mais modernos.

Os produtos eletrônicos são mais maleáveis pela indústria e, por isso, são os que mais possuem incidência da obsolescência programada. A prática além de estimular o consumo, contribui para o endividamento da população e para manutenção cultural da aceitação social baseada em bens.

Quando ocorre a programação, proposital, para perda da vida útil do produto, estamos diante de um vício do produto. Esse vício será considerado como vício oculto, pois apareceu somente após determinado lapso temporal. Diante dessa

constatação, cabe ao consumidor indenização pela perda do produto e os seus prejuízos materiais, e, ainda, eventuais danos morais pela quebra da expectativa de utilização.

A grande dificuldade que perpassa sobre a responsabilidade civil do fornecedor para esses casos é a comprovação da prática da obsolescência, que depende de provas técnicas e, por vezes, de difícil acesso do consumidor. Comprovado o dano ao consumidor ou até mesmo o difícil acesso a reparação do produto programado para perder sua vida útil, cabe ao fornecedor responsabilização civil. Cabe frisar que os danos materiais e morais aplicados, nesse caso, não visam somente a reparação do consumidor, mas também o desestímulo a tal prática comercial, considerada como abusiva.

Desse modo, o princípio da vulnerabilidade possui a grande responsabilidade de proteção a todo consumidor que sofrer com a obsolescência programada, pois tal prática fere as normas consumeristas de um modo geral como, por exemplo, os direitos do consumidor previstos no artigo 6º, CDC, e os princípios da boa-fé, da transparência e informação, da cooperação e o princípio da equidade.

Faz-se necessário uma regulação normativa acerca da obsolescência programada, pois até a presente data, o Código de Defesa do Consumidor é omissivo. Deve haver um critério de determinação da vida útil dos produtos, fragmentado por tipos de produtos e que se mantenha um padrão, inclusive, para apuração da qualidade do produto oferecido no mercado do consumo.

Por não haver um tempo mínimo de vida útil dos produtos, as eventuais indenizações são fundamentadas por analogia aos princípios e direitos consumeristas, sobretudo, ao princípio da vulnerabilidade e da boa-fé objetiva.

Para além da regulação, faz-se necessário o estudo de possíveis métodos econômicos e de estímulo ao consumo que sejam pautados nas normas consumeristas e que não visem lesar o consumidor, principalmente, se aproveitando da sua vulnerabilidade informacional, socioeconômica e jurídica. O estímulo ao consumo deve ocorrer de modo consciente, de maneira que o consumidor possa comprar produtos e serviços de qualidade e estar devidamente informados sobre o seu modo de utilização.

Desse modo, o consumidor estará, de fato, sendo protegido pelo Código de Defesa do Consumidor por força do princípio da vulnerabilidade e dos demais princípios, sobretudo, o da boa-fé e o da informação e transparência. A

implementação do consumo consciente protege o consumidor e, inclusive, o fornecedor, haja vista que a partir de então alcança-se mais segurança jurídica para ambas as partes.

REFERÊNCIAS

- ALEXANDRIDIS, Georgios. **Todo consumidor é vulnerável no mercado de consumo**. Jus Brasil, 2013. Disponível em: <<https://georgiosalexandridis.jusbrasil.com.br/artigos/112128602/todo-consumidor-e-vulneravel-no-mercado-de-consumo> acesso em 23/05/2020>. Acesso em: 24 mai. 2020.
- ASSUMPÇÃO, Lia. **Obsolescência programada, práticas de consumo e design: uma sondagem sobre bens de consumo**. 2017. (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo. Orientador: Prof. Dra. Denise Dantas. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-11012018-123754/publico/LiaAssumpcao_REV.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2020.
- AGUIAR JUNIO, Ruy Rosado de. O novo código civil e o código de Defesa do consumidor (pontos de convergência). **Revista da EMERJ**. Vol. 6, n. 24, 2003, p. 15-30. Disponível em: <https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista24/revista24_15.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2020.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- _____. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BELACHE, Francisco. **Pessoa jurídica consumidora: teoria finalista mitigada**. Jus.com.br, 2015 Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/37591/pessoa-juridica-consumidora-teoria-finalista-mitigada>>. Acesso em: 01 mar. 2020.
- BERGSTEIN, Laís. **Obsolescência programada: práticas abusivas no mercado do consumo**. Cadernos jurídicos – OAB Paraná. n. 10/14, p. 1-4, Paraná. Disponível em: <https://www.academia.edu/12167779/OBSOLESC%C3%8ANCIA_PROGRAMADA_Pr%C3%A1tica_abusiva_no_mercado_de_consumo>. Acesso em: 23 abr. 2020.
- BEZERRA, Camila Rocha. **A obsolescência programada como prática abusiva ante o sistema de proteção ao consumidor instituído no Brasil**. 2017. Monografia (Projeto de conclusão de curso). Faculdade de Direito- Universidade Federal do Ceará- UFC, Ceará. Orientador: Prof. Dr. William Paiva Marques Júnior. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/31574/1/2017_tcc_crbezerra.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2019.
- BRAGA, Julia. **Obsolescência programada: o consumo exacerbado e o esgotamento de fontes naturais**. UFJF, 2011. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/antenido/files/2013/12/Portugu%C3%AAsDiscursivaRefer%C3%AanciaPism3.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

BRASIL. **Lei nº 8.078, De 11 De Setembro De 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DJ 12 set. 2020. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 25 mai. 2020.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 23 mar. 2020.

_____. **Lei nº 12.305**, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Brasília, DF, 2 ago. 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm>. Acesso em: 24 mai. 2020.

_____. Superior tribunal de justiça. **Recurso Especial Nº 984.106 – SC**. Recorrente: Sperandio Máquinas e Equipamentos Ltda . Recorrido: Francisco Schlager. Rel. Min. Ministro Luis Felipe Salomão. Brasília. DJ 20 nov. 2012. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/dl/cdc-protoger-consumidor-obsolescencia.pdf>>. Acesso em: 24 mai. 2020.

CARDOSO, Camila Bropp. **Produtos feitos para não durar**. Gazeta do povo, 2014. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/produtos-feitos-para-nao-durar-eovii6tdglsj8otb616ojxpou/>>. Acesso em 24 mai. 2020.

CARVALHO, Rhayra Melo Ribeiro. **Responsabilidade Civil no Direito do Consumidor**. Jus.com, 2016. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/50652/responsabilidade-civil-no-direito-do-consumidor>>. Acesso em: 24 mai. 2020.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 4ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

COOPER, Tim. **The Durability of consumer durables**. *Business Strategy and the environment*. Sydney: University of Tecnology, 1994.

CORNETTA, WILLIAM. **A obsolescência usada como artifício usado pelo fornecedor para induzir o consumidor a realizar compras repetitivas de produtos e a fragilidade do CDC para combater esta prática**. 2016. Tese (doutorado em direito). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC. São Paulo. Orientador: Dra. Suzana Maria Pimenta Catta Preta Federighi. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/19874>>. Acesso em: 24. mai. 2020.

COSTA, Dahyana da; *et al.* **Direitos Básicos dos Consumidores**. Âmbito jurídico, 2015. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-136/direitos-basicos-dos-consumidores/>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

COSTA, Judith Martins. **A boa-fé no direito privado**: critérios para a sua aplicação. 2ª ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2018.

COSTA, Ronival Rodrigues da Silva. **O estado na condição de consumidor e a sua vulnerabilidade técnica**. 2016. Tese (Pós-Graduação em Direito) – Escola Paulista da Magistratura do Estado de São Paulo – EPM. São Paulo. Orientador: Prof. Desa. Maria Lucia Ribeiro de Castro Pizzotti Mendes. Disponível em: <<https://www.conteudojuridico.com.br/open-pdf/cj589430.pdf/consult/cj589430.pdf>> Acesso em: 02 jun. 2020.

CRUZ, André. **Consumo consciente: o “fim” da obsolescência programada**. LinkedIn, 2016. Disponível em: <www.linkedin.com/pulse/consumo-consciente-o-fim-da-obsolesc%C3%A4ncia-programada-andr%C3%A9-cruz>. Acesso em: 13 nov. 2019.

DOBARRO, Sérgio Leandro Carmo. **A vulnerabilidade do consumidor a luz do princípio da dignidade da pessoa humana**. Publica Direito, 2013 Disponível em:<<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=c6344b0ae32e496b>>. Acesso em: 29 mai. 2020.

DOMINIQUEI, Eliete; SANTOS, Helena. **A insustentabilidade da obsolescência programada: uma violação ao meio ambiente e aos direitos do consumidor**. Publica Direito, 2013. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=ea2af5ea4aabdca1>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

DISTRITO FEDERAL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal. **Agravo de instrumento 0709256-90.2019.8.07.0000**. Agravante: Tatiane Gizele De Souza Xavier. Agravado: Melillo & Associados, Advocacia E Consultoria S/C. Rel. Desembargadora Fátima Rafael. Distrito federal. Dje 26 ago. 2019. Disponível em: <<https://tj-df.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/748490043/7092569020198070000-df-0709256-9020198070000/inteiro-teor-748490065?ref=serp>>. Acesso em: 24 mai. 2020.

_____. **Apelação Cível do Juizado Especial: ACJ 0008142-06.2014.8.07.0010**. Apelante: TERESINHA BORGES GONZAGA. Apelado: SEMP TOSHIBA. Rel. Desembargador Cleber Augusto Tonial. Distrito federal. Dje 21 set. 2013. Disponível em: <http://www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/download/exibe_documento_att.php?numero_processo=71004556577&ano=2013&codigo=1603535>. Acesso em: 24 mai. 2020.

DORINI, João Paulo de Campos. Direito de acesso ao consumo. **Thomson Reuters Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo. Vol. 75/2010 set./out. 2010. Disponível em: <http://biblioteca2.senado.gov.br:8991/F/?func=item-global&doc_library=SEN01&doc_number=000893843>. Acesso em: 02 jun. 2020.

DUARTE, Haroldo; BRITO, Alírio de. **O princípio da vulnerabilidade e a defesa do consumidor no direito brasileiro**. Jus.com, 2006. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/8648/o-principio-da-vulnerabilidade-e-a-defesa-do-consumidor-no-direito-brasileiro>> acesso em 22/05/2020>. Acesso em: 22 mai. 2020.

EFING, Antônio Carlos; BLAUTH, Flávia Noemberg Lazzari. **Analfabetismo jurídico e vulnerabilidade: desafios do direito do consumidor na sociedade da informação**. Publica Direito. Disponível em:

<<http://publicadireito.com.br/dompdf/arquivos/XIX%20Congresso%20Nacional%20do%20CONPEDI/115%20-%20DIREITO%20NA%20SOCIEDADE%20DA%20INFORMACAO%20/4596.html>>.

Acesso em: 02 jun. 2020.

ÉPOCA NEGÓCIOS DIGITAL. Espanhol é ameaçado de morte por inventar lâmpada que dura 100 anos. **Revista Época**, 2013. Disponível em:

<<https://epocanegocios.globo.com/Informacao/Dilemas/noticia/2013/06/espanhol-e-ameacado-de-morte-por-inventar-lampada-que-nunca-queima.html>>. Acesso em: 17 mai. 2020.

FERREIRA, Filipe; DUARTE, Sarah. **A proteção ao consumidor como direito fundamental constitucional: as garantias consumeristas**. Âmbito Jurídico, 2018. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-172/a-protecao-ao-consumidor-como-direito-fundamental-constitucional-as-garantias-consumeristas/>>. Acesso em: 24 fev. 2020.

FONSECA, João. **Obsolescência programada**. *Dream Feel*, 2017. Disponível em: <<https://dreamfeel.wordpress.com/2017/04/04/obsolescencia-programada/>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Código de Defesa do Consumidor Comentado: artigo por artigo**. 13^a ed. rev. ampl. e atual- Salvador: *JusPodivm*, 2017.

GNIPPER, Patrícia. **Uma análise da obsolescência programada e o acúmulo de lixo eletrônico no mundo**. 2017. Disponível em:

<<https://canaltech.com.br/produtos/uma-analise-da-obsolescencia-programada-e-o-acumulo-de-lixo-eletronico-no-mundo-102156>>. Acesso em: 12 nov. 19.

GODECKE, Marcos Vinicius; *et al.* O consumismo e a geração de resíduos sólidos urbanos no Brasil. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental**. Vol. 8. n. 8, p.1700-1712, 2012. Disponível em: <<http://web-resol.org/textos/6380-33840-2-pb-2.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

GONÇALVES, Fábio; GONÇALVES, Patrícia. **A evolução do conceito de consumidor e o princípio da vulnerabilidade**. Âmbito Jurídico, 2017. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-164/a-evolucao-do-conceito-de-consumidor-e-o-principio-da-vulnerabilidade/>>. Acesso em: 24 fev. 2020.

HOUTHAUSEN, Fábio Zabot. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. Âmbito Jurídico, 2010 Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-83/responsabilidade-civil-nas-relacoes-de-consumo/>>. Acesso em: 26 mai. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Mais da metade dos equipamentos eletrônicos é substituída devido à obsolescência programada**. Pesquisa do Idec com a Market Analysis demonstra que 81% dos brasileiros trocam de celular sem antes recorrer à assistência técnica e em menos de 3 anos de uso.

IDEC, 2014. Disponível em: <<https://idec.org.br/o-idec/sala-de-imprensa/release/mais-da-metade-dos-equipamentos-eletronicos-e-substituida-devido-a-obsolescencia-programada>>. Acesso em: 17 mai. 2020.

_____. **Obsolescência programada: Idec recolhe denúncias de consumidores do iPhone.** IDEC, 2019. Disponível em: <<https://idec.org.br/noticia/obsolescencia-programada-idec-recolhe-denuncias-de-consumidores-do-iphone>>. Acesso em: 27 mai. 2020

LAVAGLONI, Francieli. **Inversão do ônus da prova no Código de Defesa do Consumidor.** Âmbito Jurídico, 2016. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-150/inversao-do-onus-da-prova-no-codigo-de-defesa-do-consumidor/>>. Acesso em: 11 mai. 2020.

LIMA, Rafaela. **A Relação Jurídica de consumo em consonância com o Princípio da Confiança,** *Jus Navegandi*, 2014. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/33939/a-relacao-juridica-de-consumo-em-consonancia-com-o-principio-da-confianca>>. Acesso em: 20 mai. 2020.

LOUNGO, Fernanda. **O consumismo e a felicidade.** *Stum*, 2013. Disponível em: <<https://www.somostodosum.com.br/clube/artigos/autoconhecimento/o-consumismo-e-a-felicidade-34592.html>>. Acesso em: 13 nov. 19.

LUNA, Thomas Lineker do Nascimento. **Obsolescência programada: o comportamento do consumidor frente à nova geração de dispositivos de telefonia móvel.** 2015. Tese (Graduação em Administração) - Universidade Federal da Paraíba, Paraíba. Orientadora: prof. doutora Rita de Cássia de Faria Pereira. Disponível em:<<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/1473/1/TLNL21102016.pdf>>. Acesso em 02 jun. 2020.

MACÊDO, Roberto. **Obsolescência programada.** *Jus Brasil*, 2014. Disponível em: <<https://ferreiramacedo.jusbrasil.com.br/artigos/129315440/obsolescencia-programada>>. Acesso em: 13 nov. 2019.

_____. _____. *Jus Brasil*, 2019. Disponível em: <<https://robertodemacedo.jusbrasil.com.br/artigos/747990233/o-que-e-obsolescencia-programada>>. Acesso em: 17 mai. 2020.

MALAVAZI, Demetrius. **Teorias finalista e maximalista – Consumidor.** *Jus Brasil*, 2017. Disponível em: <<https://demetriusmalavazi.jusbrasil.com.br/artigos/463836220/teorias-finalista-e-maximalista-consumidor>>. Acesso em: 01 mar. 2020.

MARIMPIETRI, Flávia. *Direito do consumidor e Direito do trabalho: axiologia eprincipiologia comuns.* **Equipo Federal Del Trabajo – Facultad de Ciencias Sociales** – UNLZ. a. II n. 16 2016. Enviado via e-mail em 14 mai. 2020, às 10h56min, por flaviamarimpietri@gmail.com.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor. o novo regime das relações contratuais.** 4ª ed. rev. atual. e amp. São Paulo: RT, 2002.

_____. **A nova crise do contrato: estudos sobre a nova teoria contratual.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

_____. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.** 7ª ed. rev. atual. e amp. São Paulo: RT, 2014.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Hermam; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.** 3ª ed. ver. ampl. e atual., São Paulo, RT, 2010.

MATA, Poliana Moreira Delpupo. **A vulnerabilidade jurídica do consumidor e a ação coletiva como instrumento de controle em face da estipulação abusiva da multa compensatória nos contratos de adesão.** 2018. Tese (Doutorado em Direito) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. Orientador. Disponível: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/20867>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

MELLO, Heloisa Carpena Viera. Responsabilidade Civil no Código de Defesa do Consumidor. **Revista EMERJ.** vol. 1. n. 3, 1998. Rio de Janeiro, p. 75-83. Disponível em: <https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista03/revista03_73.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2020.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor.** 6ª d. São Paulo: RT, 2016.

MONTEIRO, Tiago Rocha Barbosa. **Obsolescência programa na sociedade de consumo.** 2016. Dissertação (pós-graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco- UFRPE. Recife. Orientador: Dr. Luiz Flávio Arreguy Maia Filho. Disponível em: <<http://www.tede2.ufrpe.br:8080/tede2/handle/tede2/7525>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

MOREIRA, Marli. **Endividamento do brasileiro; consumo sem planejamento é o principal vilão.** Agência Brasil, 2012. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/pesquisa-mostra-perfil-do-endividamento-do-brasileiro-consumo-sem-planejamento-e-o-principal-vilao,5dc9a418851ca310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.htm>>. Acesso em: 10 nov. 19.

MULLER, Leonardo. **Apple diz que obsolescência programada é a “coisa mais louca do mundo”.** Tecmundo, 2018. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/131034-apple-diz-obsolescencia-programada-coisa-louca-mundo.htm>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

NETO, Antônio; CAVALCANTE, Érica. O mercado de consumo e a prestação de serviços advocatícios. **Revista de informação legislativa do Senado.** Brasília. a. 43 n. 171 jul./set. 2006. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/93263/Silveira%20Neto>>

%20Ant%C3%B4nio%20e%20Cavalcante%20%C3%89rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y >. Acesso em: 29 fev. 2020.

NETO, Ernesto José Francisco. **Obsolescência programada: prática abusiva em desconformidade com a legislação e princípios consumeristas**. Jus Brasil, 2018. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/70751/obsolescencia-programada-pratica-abusiva-em-desconformidade-com-a-legislacao-e-principios-consumeristas>>. Acesso em: 29 mai. 2020.

NETTO, Felipe P. Braga. **Manual de Direito do Consumidor à luz da Jurisprudência do STJ**. Contextualizando o CDC. 12ª ed. Salvador: *Juspodivm*, 2017.

NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 10ª ed. São Paulo: Saraiva *jus*, 2015.

PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965.

PARANÁ. **Recurso Inominado RI 0018841-39.2015.8.16.0182 PR 0018841-39.2015.8.16.0182/0**. Recorrente: SUELI REGINA EKERMANN. Recorrido: Samsung Eletrônica da Amazônia Ltda. Relatora Juíza Fernanda de Quadros Jörgensen Geronasso. Dje 21 mar. 2016. Disponível em: <<https://tj-pr.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/339726088/processo-civel-e-do-trabalho-recursos-recurso-inominado-ri-1884139201581601820-pr-0018841-3920158160182-0-acordao>>. Acesso em: 25 mai. 2020.

PERNAMBUCO. **Consulta processual Recurso Inominado Nº 0028051-18.2017.8.17.820**. Relator: Carlos Antonio Alves. Dje: 28 ago. 2018. Disponível em: <<https://pje.tjpe.jus.br/2g/ConsultaPublica/DetalheProcessoConsultaPublica/listView.seam?ca=8e6d19fcc490f68ef32164feba2b09dee11d5334aefa7965#>>. Acesso em: 25 mai. 2020.

PIMENTA, Gustavo. **Obsolescência**: entenda o que é e como funciona o motor do consumismo. Administradores.com, 2010. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/obsolescencia-entenda-o-que-e-e-como-funciona-o-motor-do-consumismo>>. Acesso em: 07 nov. 19.

PINTO, Hugo; VIEIRA, José Guilherme. **Endividamento e consumo**. O economista, 2010. Disponível em: <<https://www.oeconomista.com.br/endividamento-e-consumo/>>. Acesso em: 02 jun. 2020.

RENNER, Rafael Henrique. Obsolescência programada e consumo sustentável: algumas notas sobre um importante debate. **Revista Interdisciplinar de Direito**, [S.l.], v. 9. n. 1, p. 405-416, mai. 2018. ISSN 2447-4290. Disponível em: <<http://revistas.faa.edu.br/index.php/FDV/article/view/529>>. Acesso em: 31 mai. 2020.

RIO DE JANEIRO. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. **Apelação cível: AC 0006196-91.2008.8.19.0004**. Apelante: Philips da Amazônia Indústria Eletrônica Ltda. Apelado: Almira Leandro de Souza Lima Rel. Desembargador Relator: Sérgio

Jerônimo Abreu da Silveira. Rio de Janeiro. DJE 10 out. 2011. Disponível em: <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=0003B8FADE5F67458E8CFE782FFCE2975F5E9AC403131449&USER>>. Acesso em: 24 mai. 2020.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. **Recurso Cível Nº 71003371267**. Recorrente: DELL COMPUTADORES DO BRASIL LTDA. Recorrido: Alessandra Teixeira Netto Zucatti. Rel. Desembargador Relator: Eduardo Kraemer. Rio Grande do Sul. DJE 16 jan. 2012. Disponível em: <http://www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/download/exibe_documento_att.php?numero_processo=71003371267&ano=2011&codigo=2393807>. Acesso em: 24 mai. 2020.

_____. **Recurso Cível Nº 71004556577**. Recorrente: Teresinha Borges Gonzaga. Recorrido Semp Toshiba, Relator: Cleber Augusto Tonial. DJe: 12 set. 2013. Disponível em: <http://www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/download/exibe_documento_att.php?numero_processo=71004556577&ano=2013&codigo=1603535>. Acesso: 25 mai. 2020.

ROCHA, Thiago. **Dos conceitos de consumidor, fornecedor, produto e serviço no CDC**. Jus Brasil, 2018. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/67844/dos-conceitos-de-consumidor-fornecedor-produto-e-servico-no-cdc/2>>. Acesso em: 29 fev. 2020.

RODAS, Sérgio. **CDC deve proteger o consumidor da obsolescência programada**. Conjur, 2015. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2015-jun-25/cdc-combater-obsolencia-programada-ministro-salomao>>. Acesso em: 26 mai. 2020.

RODRIGUES, Marcel André. **A responsabilidade civil e o Código de Defesa do Consumidor**. Jus Brasil, 2014. Disponível em: <<https://marcelandre.jusbrasil.com.br/artigos/126510917/a-responsabilidade-civil-e-o-codigo-de-defesa-do-consumidor>>. Acesso em: 26 mai. 2020.

RONDÔNIA. **Agravo de instrumento: AI 08004635620198220000 RO 0800463-56.2019.822.0000**. Agravante: Brother International Corporation do Brasil LTDA. Agravado: V. F. Da Silva & CIA LTDA – ME. Relator: Raduan Miguel Filho. DJe: 11 jun. 2019. Disponível em: <<https://tj-ro.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/729427522/agravo-de-instrumento-ai-8004635620198220000-ro-0800463-5620198220000/relatorio-e-voto-729427562?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 25 mai. 2020.

ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; *et al.* Vulnerabilidade e Hipossuficiência no Contrato Existencial de Consumo. **Revista Scientia Iuris**. Vol. 21. n.1. p.155-188. mar. Londrina, 2016. Disponível em: <<http://www.uel.br/seer/index.php/iuris/article/viewFile/24634/20699>>. Acesso em: 22 mai. 2020.

SANTOS, Bruno. **Produtos e serviços no direito do consumidor**. Conteúdo Jurídico, 2016. Disponível em:

<<https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/46531/produtos-e-servicos-no-direito-do-consumidor>> Acesso em: 01 mar. 2020.

SCHREIBER, Anderson. **A proibição de comportamento contraditório**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2012.

SILVA, Alex. **O direito do Consumidor e a responsabilidade civil objetiva**. Jurídico Certo, 2017. Disponível em: <<https://juridicocerto.com/p/advocacia-e-corresp1/artigos/o-direito-do-consumidor-e-a-responsabilidade-civil-objetiva-3994>>. Acesso em: 29 mai. 2020.

SILVA, Edevaldo da; OLIVEIRA, Habyhabanne Maia; SILVA, Maria Patrícia da. Consumismo, obsolescência programada e a qualidade de vida da sociedade moderna. **Revista Educação Ambiental em Ação**. N. 42. a. XI dez./fev. Disponível em: <<http://www.revistaea.org/pf.php?idartigo=2108>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

SILVA, João Vítor Borges. **A obsolescência programada como prática abusiva nas relações de consumo**. 2018. Monografia (Graduação em Direito) – Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, Centro Universitário de Brasília, Brasília. Orientador: Daniel Silva Boson. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/12871/1/21412450.pdf>>. Acesso em: 29 mai. 2020.

TARABORI, Nadir. **Comentários ao Conceito de consumidor, fornecedor e produtos/serviços**. Jus Brasil, 2016. Disponível em: <<https://tarabori.jusbrasil.com.br/artigos/297186632/comentarios-ao-conceito-de-consumidor-fornecedor-e-produtos-servicos>>. Acesso em: 01 mar. 2020.

THE LIGHT BULB CONSPIRACY. Produzido por Cosima Dannoritzer. Dirigido por Arte France. 2010. 52min17s. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=H7EUyuNNaCU>>. Acesso em: 17 mai. 2020.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: parte geral**. Vol. 1. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.