



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE DIREITO**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

**CAMILA ROCHA BEZERRA**

**A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA ABUSIVA ANTE O  
SISTEMA DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR INSTITUÍDO NO BRASIL**

**FORTALEZA**

**2017**

CAMILA ROCHA BEZERRA

A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA ABUSIVA ANTE O SISTEMA  
DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR INSTITUÍDO NO BRASIL

Monografia apresentada à Coordenação do Curso de Graduação em Direito da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em Direito.

Área de concentração: Direito do Consumidor.

Orientador: Prof. Dr. William Paiva Marques Júnior.

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

B469o Bezerra, Camila Rocha.  
A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA ABUSIVA ANTE O SISTEMA DE  
PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR INSTITUÍDO NO BRASIL / Camila Rocha Bezerra. – 2017.  
64 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Direito,  
Curso de Direito, Fortaleza, 2017.

Orientação: Prof. Dr. William Paiva Marques Júnior.

1. Obsolescência Programada. 2. Prática Abusiva. 3. Proteção ao Consumidor. 4. Direito do  
Consumidor. I. Título.

CDD 340

---

CAMILA ROCHA BEZERRA

A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA ABUSIVA ANTE O SISTEMA  
DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR INSTITUÍDO NO BRASIL

Monografia apresentada à Coordenação do  
Curso de Graduação em Direito da  
Universidade Federal do Ceará, como requisito  
parcial para a obtenção de grau de Bacharel  
em Direito.

Área de concentração: Direito do Consumidor.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. William Paiva Marques Júnior (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Msc. Fernanda Cláudia Araújo da Silva  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Lara Dourado Mapurunga Pereira  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

*A minha mãe, Cláudia Rocha, por todo o amor  
e dedicação.*

## AGRADECIMENTOS

Inicialmente, agradeço a minha família, em especial a minha mãe, Cláudia Rocha, por sempre ter me incentivado a estudar e acreditado no meu potencial, além de ter dedicado todo seu amor a mim e a nossa família, empregando todos os seus esforços para nos ver feliz.

Agradeço ao Prof. William Marques pela orientação e apoio dedicados durante a elaboração deste trabalho, se mostrando sempre disponível, prestativo e disposto a ajudar em tudo o que fosse necessário. Um profissional ímpar, de quem tenho orgulho de ter sido orientanda, querido por todos na Faculdade de Direito em razão de seu carisma, da sua inteligência e do seu profissionalismo.

Agradeço aos demais participantes da Banca examinadora pela generosidade em aceitar fazer parte da realização deste trabalho, Prof. Fernanda Cláudia e Lara Dourado, de quem tive o prazer de ser colega de classe e hoje me inspira pela inteligência e dedicação.

Agradeço ainda aos amigos que me acompanharam durante a jornada da graduação, por vezes árdua, tornando esses anos mais leves e felizes, em especial: Rebeca Fontenele, Rafaelle Paiva, Melissa Rodrigues, Dayane Aquino, Isadora Ribeiro, Bernardo Martins, Davi Guimarães e Brenda Vasconcelos.

Agradeço também às amigas que me acompanham desde o Ensino Fundamental e, até hoje, me apoiam e incentivam em todas as ocasiões. A elas sou muito grata por me ensinarem o verdadeiro valor da amizade e por me mostrarem que, apesar de seguirmos caminhos diferentes, estaremos sempre juntas: Rejane Furtado, Amanda Rocha, Aline Aires, Manuella Van-Der Linden, Gabriela Guerra, Ingrid Collyer e Thais Neiva.

Agradeço ao Matheus Gois por ter se tornado meu companheiro de vida e por todas as vezes em que acreditou em mim quando nem mesmo eu acreditava.

Por fim, agradeço às instituições em que tive o prazer de fazer parte enquanto estagiária – Valença & Associados e 11ª Vara Criminal da Justiça Federal do Ceará – onde me foram proporcionados grandes ensinamentos tanto profissionais quanto pessoais. Agradeço especialmente à Dra. Grace Queiroz e ao Dr. Bruno Pereira, chefes com quem aprendi lições valiosas sobre a aplicação do Direito na prática, sobre dedicação e sobre profissionalismo.

*“Os antigos egípcios construíram monumentos para durar por gerações sem fins, cerca de tudo que produzimos na América do Norte é feito para quebrar.”*

*(Giles Slade)*

## RESUMO

O presente trabalho almeja estudar a prática da obsolescência programada pelos fornecedores no mercado de consumo contemporâneo, analisando seu caráter abusivo diante do sistema de proteção ao consumidor instituído no Brasil. O estudo foi baseado em pesquisa bibliográfica utilizando-se livros, artigos, dissertações de mestrado e teses de doutorado, além da legislação pertinente ao tema. Analisa-se, inicialmente, a proteção constitucional conferida ao consumidor no Brasil, o surgimento do Código de Defesa do Consumidor - CDC, fazendo um estudo dos principais princípios norteadores desse Código. Em seguida, são estudados os conceitos essenciais dos elementos caracterizadores da relação de consumo, além de ser feita uma análise das práticas abusivas no âmbito do CDC. Por fim, conceitua-se a prática da obsolescência programada, dando exemplos de sua utilização e demonstrando que constitui uma prática abusiva vedada pelo CDC em razão de violar diversos preceitos desse Código.

**Palavras-chave:** Obsolescência Programada. Prática Abusiva. Proteção ao Consumidor.

## **ABSTRACT**

This work aims to discuss the practice of planned obsolescence by suppliers in the contemporary consumer market, analyzing how abusive it is regarding to the consumer protection system established in Brazil. The study was based on bibliographical research, including books, articles, Master of Arts dissertations and Ph.D thesis, in addition to the legislation pertinent to the theme. Initially, this paper analyzes the constitutional protection ensured to the consumers in Brazil, the emergence of the Consumer Defense Code - CDC and it also studies the main guiding principles of this Code. Next, it studies the consumer relation essential concepts besides analyzing abusive practices in the CDC ambit. Finally, this work conceptualizes planned obsolescence, exploring examples of how it is practiced and demonstrating that it constitutes an abusive practice prohibited by the CDC because it violates several precepts of this Code.

**Keywords:** Planned Obsolescence. Abusive Practice. Consumer Protection.

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ADCT	Ato das Disposições Constitucionais Transitórias
CDC	Código de Defesa do Consumidor
Conmetro	Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
Inmetro	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
Sinmetro	Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
STJ	Superior Tribunal de Justiça

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>2</b>	<b>A PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL DO CONSUMIDOR E O SURGIMENTO DO MICROSSISTEMA DO CDC NO BRASIL</b> .....	14
<b>2.1</b>	<b>Princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor</b> .....	16
<b>2.1.1</b>	<i>Princípio da vulnerabilidade do consumidor</i> .....	17
<b>2.1.2</b>	<i>Princípio da transparência ou da confiança</i> .....	19
<b>2.1.3</b>	<i>Princípio da informação</i> .....	20
<b>2.1.4</b>	<i>Princípio da boa-fé objetiva</i> .....	22
<b>2.1.5</b>	<i>Princípio da equidade</i> .....	24
<b>3</b>	<b>OS ELEMENTOS CARACTERIZADORES DA RELAÇÃO DE CONSUMO E AS PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS</b> .....	26
<b>3.1</b>	<b>Elementos estruturais da relação jurídica</b> .....	26
<b>3.2</b>	<b>Elementos subjetivos da relação de consumo: o consumidor e o fornecedor</b> .....	27
<b>3.3</b>	<b>Elementos objetivos da relação de consumo: o produto e o serviço</b> .....	32
<b>3.4</b>	<b>Práticas comerciais abusivas no âmbito das relações de consumo</b> .....	34
<b>4</b>	<b>A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA COMERCIAL ABUSIVA NO ÂMBITO DO DIREITO CONSUMIDOR NO BRASIL</b> .....	39
<b>4.1</b>	<b>Obsolescência programada: construto histórico e delimitação conceitual</b> ..	39
<b>4.2</b>	<b>Técnicas utilizadas na prática da obsolescência programada</b> .....	42
<b>4.3</b>	<b>O caráter abusivo da prática da obsolescência programada ante o sistema de proteção ao consumidor no Brasil</b> .....	47
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	57
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	59

## 1 INTRODUÇÃO

As relações de consumo na atualidade se caracterizam fortemente pelo grande aumento do acesso aos bens de consumo pelos indivíduos, de modo que, em relação aos fornecedores, observa-se, cada vez mais uma busca desenfreada pelo lucro, pelo aumento da produtividade e das vendas, mesmo que, para isso, tenham que se utilizar de práticas abusivas do ponto de vista da proteção ao consumidor.

Nesse contexto, a prática da obsolescência programada, consistente na redução proposital, pelos fornecedores, da vida útil dos produtos colocados no mercado ganha destaque, em virtude de ser bastante utilizada na contemporaneidade.

Trata-se de técnica relativamente recente na história do mercado de consumo, tendo seus primeiros registros datando dos anos 1920, cujo conceito e desenvolvimento vêm apresentando modificações ao longo do tempo, buscando adequar-se cada vez mais à complexidade do mercado de consumo.

Realmente, com o constante surgimento de novas tecnologias, os fornecedores passaram a se utilizar desses aspectos com o objetivo de aumentar seus rendimentos. No entanto, até que ponto essa utilização constitui estratégia legítima de mercado?

A obsolescência programada possui diversos modos de ser posta em prática, várias são as técnicas utilizadas pelos fabricantes para diminuir a vida útil dos produtos, desde o emprego de matérias primas que se desgastam com maior facilidade até a introdução massiva de novos produtos no mercado, apenas com alterações de design, para darem aos consumidores, com o auxílio de campanhas publicitárias, a ideia de que os bens que possuem já estão obsoletos.

Nesse sentido, considerando o sistema de proteção ao consumidor instituído no Brasil com o advento da Lei nº 8.078/90, o chamado Código de Defesa do Consumidor - CDC, observa-se que essa prática pode (e deve) ser considerada abusiva e, portanto, vedada, em razão de contrariar diversos princípios fundamentais do CDC, apesar de não estar expressamente prevista no rol de práticas abusivas trazidas por esse código, vez que se trata de rol meramente exemplificativo.

No que se refere à metodologia utilizada, a elaboração do presente trabalho foi desenvolvida a partir de uma revisão bibliográfica. Identificado o tema, buscou-se literaturas pertinentes, sendo feita análise e síntese, utilizando-se principalmente livros específicos sobre Direito do Consumidor, bem como artigos científicos, páginas virtuais, monografias e teses de mestrado e de doutorado relacionados ao tema principal. Ademais, foram feitas análises da

legislação pertinente, em especial do Código de Defesa do Consumidor, bem como de precedentes judiciais de diversos tribunais brasileiros.

A questão central presente neste trabalho, portanto, é conceituar a prática obsolescência programada, exemplificando as diversas técnicas pelas quais ela pode ser posta em prática pelos fornecedores, demonstrando seu caráter abusivo diante do sistema de proteção ao consumidor instituído no Brasil.

Para tanto, inicialmente, serão apresentados aspectos introdutórios essenciais para a compreensão do tema, contextualizando o sistema de proteção ao consumidor no Brasil, por meio da explanação acerca do surgimento do CDC, dos princípios que o norteiam e dos conceitos básicos de consumidor, fornecedor, produto e serviço presentes nesse código.

Ainda no sentido de introdução ao tema principal, será analisada a questão do abuso de direito e das práticas abusivas no Código de Defesa do Consumidor, demonstrando que não é necessário que uma prática comercial esteja expressamente prevista nesse código para ser caracterizada como abusiva.

Posteriormente, adentra-se no objeto principal do presente trabalho, analisando-se o histórico e o conceito, bem como diversos exemplos da prática da obsolescência programada, inclusive discriminando algumas técnicas aplicadas pelos fornecedores no sentido de reduzir a vida útil dos produtos.

Feita essa análise conceitual, serão demonstradas as razões pelas quais essa prática comercial pode ser caracterizada como abusiva em relação ao sistema de proteção ao consumidor presente no Brasil, tendo em vista ser contrária aos princípios fundamentais do CDC, demonstrando-se a necessidade de soluções legislativas inovadoras para prevenir e combater a utilização dessa prática pelos fornecedores, principalmente no que diz respeito ao fornecimento de informações aos consumidores.

## **2 A PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL DO CONSUMIDOR E O SURGIMENTO DO MICROSSISTEMA DO CDC NO BRASIL**

A sociedade contemporânea está marcada fortemente pelo aumento considerável do consumo, de modo que as relações consumeristas estão presentes no cotidiano de praticamente todos os indivíduos.

Para Zygmunt Bauman (2007, p. 73), a sociedade contemporânea influencia as relações econômicas e jurídicas, de modo que “[...] a liberdade de contratar e o princípio da autonomia da vontade, que fundamentavam o direito civil clássico tornam-se insuficientes para assegurar a justiça e o equilíbrio”, em razão da grande influência da cultura do consumismo, bem como da existência de diversas alternativas e opções de consumo na contemporaneidade.

Dessa forma, tornou-se necessária uma modificação e atualização do Direito no sentido de proporcionar maior proteção ao consumidor e permitir um equilíbrio justo entre as partes da relação de consumo, nascendo, assim, o Direito do Consumidor.

Nesse sentido, Cláudia Lima Marques (2013, p. 31) afirma que:

[...] o chamado direito do consumidor é um ramo novo do direito, disciplina transversal entre o direito privado e o direito público, que visa proteger um sujeito de direitos, o consumidor, em todas as suas relações jurídicas frente ao fornecedor, um profissional, empresário ou comerciante.

Assim, a própria Constituição da República Federativa do Brasil, promulgada em 1988, traz expressamente essa proteção à pessoa do consumidor, tendo em vista a nova realidade da sociedade contemporânea. Conforme o art. 5º, inciso XXXII, “O Estado promoverá a defesa do consumidor na forma da lei” (BRASIL, Constituição da República Federativa do Brasil, 1988).

A proteção ao consumidor é considerada, portanto, uma liberdade positiva do Estado, ou seja, uma liberdade para verdadeiramente atuar em prol da tutela do consumidor, por meio da criação de leis e normas que assegurem tratamento especial a esses indivíduos, diante do desequilíbrio existente nas relações de consumo (GIANCOLI; ARAUJO JUNIOR, 2013, p. 29).

Além disso, a Constituição de 1988, em seu art. 170, inciso V, traz a defesa do consumidor como princípio da ordem econômica, dispondo:

A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] V - defesa do consumidor; [...] (BRASIL, Constituição da República Federativa do Brasil, 1988).

Observa-se, portanto, que a garantia da proteção e defesa do consumidor encontram-se sedimentadas na Constituição do Brasil, atenta às transformações do mundo moderno e das relações de consumo.

Nesse sentido, o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, em seu art. 48 dispõe que “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.” (BRASIL, 1988). Desse modo, entrou em vigor no Brasil a Lei nº 8.078, no ano de 1990, o chamado Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Para Bruno Miragem (2013, p. 44), a expressão “código” utilizada pelo constituinte indicaria exatamente a elaboração de normas organizadas em um sistema, com a presença de princípios e regras que tenham o objetivo de proteger o consumidor frente à relação de consumo.

Dessa forma, apesar de muitos doutrinadores entenderem que o CDC se trata de apenas de uma lei, o mesmo pode ser qualificado realmente como código, não apenas em razão de o próprio ADCT assim determinar, mas por criar, conforme leciona Brunno Pandori Giancoli e Marco Antonio Araujo Junior (2013, p. 30), uma verdadeira estrutura de proteção à pessoa do consumidor, englobada por um sistema nacional de defesa dos consumidores.

Ademais, é possível afirmar que o CDC é um microssistema jurídico, uma vez que reúne, em uma única lei, normas de diversos ramos jurídicos, tais como normas de processo civil, de direito penal, de direito administrativo, etc. Portanto, não se trata de um diploma legal monotemático, mas que abrange diversas áreas do direito. É importante destacar que um microssistema não se trata de algo isolado, separado dos demais, mas que possui comunicação com o todo o sistema jurídico brasileiro, devendo estar subordinado diretamente à Constituição Federal. (BRAGA NETTO, 2014, p. 39-40).

Em relação à natureza do Código de Defesa do Consumidor, seu art. 1º estabelece “O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.” (BRASIL, Lei nº 8.098, 1990).

De fato, Rizzato Nunes (2015, p. 162) reitera que a Lei nº 8.078 (CDC) é uma norma de ordem pública e interesse social, como expressado no próprio texto da lei, destacando ainda que ela possui caráter geral e principiológico, de modo que todas as outras normas que sejam anteriores a ela ou que, de algum modo, a contrariem, tornam-se revogadas.

Nesse mesmo sentido, ressalta Flávio Tartuce (2013, p. 10), que o Código de Defesa do Consumidor, do ponto de vista hierárquico, estaria acima das demais leis

ordinárias, motivo pelo qual as outras normas que a ele sejam contrárias, são consideradas revogadas, como destacado acima. No entanto, como qualquer outro diploma legal no Brasil, o CDC está diretamente subordinado à Constituição Federal de 1988, de modo que deve respeitar todas as suas regras. Conclui-se, portanto, que o Código de Defesa do Consumidor possui eficácia supralegal.

Além disso, dizer que as normas do CDC são de ordem pública e interesse social, significa que elas incidem sobre todas as relações caracterizadas como relações de consumo, não podendo ser afastadas ou renunciadas. Nesse sentido, como averba José Roberto de Castro Neves (2006, p. 198), os dispositivos do Código de Defesa do Consumidor não podem ser afastados por vontade das partes por serem de aplicação obrigatória nos casos envolvendo uma relação consumerista.

No entanto, é necessário ressaltar que:

[...] a natureza cogente das normas do CDC não afastam a aplicação do princípio da liberdade de contratar e da autonomia privada. Esta base principiológica continua irradiando efeitos, mesmo nas relações de consumo, desde que mantenham harmonia com os demais princípios específicos do direito do consumidor. (GIANCOLI; ARAUJO JUNIOR, 2013, p. 31).

Assim, para exemplificar, se um indivíduo estuda em um cursinho privado preparatório para o vestibular e vem a sofrer um acidente na sala de aula, em razão de falha na manutenção do gesso no teto, vindo a sofrer danos físicos e psicológicos, em caso de indenização, o prazo para ingresso da ação seria aquele previsto no CDC, de cinco anos, mesmo que haja cláusula no contrato de prestação de serviços educacionais versando que, em caso de dano, o prazo para pleitear a reparação seria de três anos, nos termos do Código Civil.

De fato, essa hipotética cláusula não seria válida, uma vez que contraria dispositivo de proteção ao consumidor e as normas do CDC não admitem renúncia ou afastamento por disposição particular, sendo obrigatória sua incidência nessa relação caracterizada como de consumo.

Dessa forma, resta claro que a criação do Código de Defesa do Consumidor no Brasil foi um marco na proteção do consumidor no âmbito das relações consumeristas, em uma sociedade que já ansiava por uma atualização do direito, frente a um cenário mundial cada vez mais marcado pela forte cultura do consumo, pelo avanço tecnológico dos meios de produção e pela busca muitas vezes desenfreada pelo sucesso e pelo lucro.

## **2.1 Princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor**

Diante de uma sociedade contemporânea, inserida no contexto do capitalismo, fortemente orientada com base em uma cultura de forte consumismo e da busca pelo lucro “a qualquer custo” por parte dos grandes fornecedores, os princípios que orientam o Direito do Consumidor, presentes no Código de Defesa do Consumidor, visam a permitir uma maior proteção da pessoa do consumidor dentro da relação de consumo, de modo a orientar a correta interpretação e aplicação das normas regulamentadoras dessa relação.

Conforme ressaltado, a criação do CDC foi um marco na atualização do direito no Brasil frente às novas conjunturas sociais e esse código está repleto de normas principiológicas, ou seja, normas derivam de princípios, e portanto, transmitem o espírito da proteção ao consumidor, estabelecendo objetivos a serem alcançados (BRAGA NETTO, 2014, p. 49).

Nas palavras de Felipe Peixoto Braga Netto (2014, p. 49), “[...] os princípios, assim como os conceitos jurídicos indeterminados, possibilitam uma alteração do direito sem que texto da lei tenha necessariamente que mudar. Possibilitam, portanto, uma maior adequação das normas às mudanças sociais, cada vez mais velozes.”.

De fato, os princípios, no âmbito do direito do consumidor, servem, principalmente, como guia para a aplicação da legislação consumerista no caso concreto, buscando proteger a parte mais fraca na relação de consumo, o consumidor, e coibir certas práticas adotadas pelos fornecedores, como serão posteriormente tratadas, que vão de encontro à proteção conferida aos consumidores pela própria Constituição Federal brasileira.

Realmente, os princípios representam o verdadeiro espírito do Código de Defesa do Consumidor, de modo que, mesmo que determinadas condutas praticadas dentro da relação jurídica de consumo não estejam expressamente previstas nesse código como ilícitas, é possível analisar o caso concreto para perceber se vão de encontro aos princípios fundamentais do sistema de proteção ao consumidor e, portanto, contra o próprio espírito do CDC, para fins de responsabilização.

Dessa forma, apresentam-se adiante alguns dos principais princípios extraídos do CDC que atuam nessa função de adequar as normas ao caso concreto e possibilitar, na prática, uma proteção mais efetiva do consumidor nas relações de consumo. Lembra-se que outros princípios também são citados pela doutrina e pela jurisprudência, mas buscou-se, neste trabalho, trazer a definição apenas dos principais deles, dos quais decorrem outros que lhes são correlatos, e que serão essenciais para compreender o objeto do principal do estudo, que é a obsolescência programada no âmbito do Direito do Consumidor.

### **2.1.1 Princípio da vulnerabilidade do consumidor**

A vulnerabilidade do consumidor é, certamente, o princípio básico do CDC, aquele que fundamenta todo o sistema de proteção. De fato, o próprio Código de Defesa do Consumidor foi criado para desfazer o desequilíbrio presente na relação de consumo entre consumidor e fornecedor.

Assim, o art. 4º, inciso I do Código de Defesa do Consumidor dispõe:

A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo. (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990).

Observa-se, que o código pretende conceder ao consumidor a condição de vulnerável nas relações de consumo reconhecendo sua fragilidade, com o objetivo de equilibrar essa relação jurídica e igualar, no plano infraconstitucional, as partes, que são o consumidor e o fornecedor (TARTUCE; NEVES, 2013, p. 31).

Assim, considera-se a vulnerabilidade do consumidor como

O princípio do qual o sistema jurídico brasileiro reconhece a qualidade daquele ou daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venham a ser ofendidos ou feridos, na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do sujeito mais potente na mesma relação. (MORAES, 1999, p. 96).

Nesse sentido, Rizzato Nunes (2015, p. 202) afirma que o CDC, ao reconhecer a vulnerabilidade do consumidor, admite que este integra a parte mais debilitada da relação de consumo em razão, basicamente, do fato de que é o fornecedor quem possui os conhecimentos acerca dos meios de produção, aos quais os consumidores muitas vezes não têm acesso, e de que, geralmente, é o fornecedor quem possui maior poder econômico, em relação ao consumidor.

Para Cláudia Lima Marques (2013, p. 98), ainda, existem quatro tipos de vulnerabilidade, a técnica, a científica, a fática e a informacional, demonstrando que o consumidor pode ser considerado vulnerável por mais de uma perspectiva, como sob o ponto de vista da superioridade econômica e dos conhecimentos específicos acerca dos produtos e serviços, que é o caso da vulnerabilidade fática e técnica respectivamente. Além disso, o consumidor, muitas vezes não possui conhecimentos jurídicos ou econômicos, que podem prejudica-lo em relação a identificar uma possível violação de seus direitos, caracterizando a vulnerabilidade científica, bem como é comum que os fornecedores manipulem as

informações sobre as características dos produtos ou serviços, de modo que o consumidor se torna vulnerável do ponto de vista informacional.

Apresentado o princípio da vulnerabilidade, faz-se necessário distinguir, no entanto, a vulnerabilidade da hipossuficiência. A hipossuficiência deve ser observada no caso concreto pelo juiz, que irá analisar as peculiaridades da situação, buscando investigar as condições do consumidor em provar o que alega e a sua consequência direta é o direito à inversão do ônus da prova, conforme disposto no art. 6º, inciso VIII do CDC (BRAGA NETTO, 2014, p. 57).

A vulnerabilidade, por sua vez, goza de presunção absoluta, ou seja, nos termos do disposto no CDC, todo consumidor é reconhecidamente vulnerável. Nas palavras de Flávio Tartuce (2013, p. 34) “Assim sendo, todo consumidor é vulnerável, mas nem todo consumidor é hipossuficiente.”.

Portanto, a vulnerabilidade, ao contrário da hipossuficiência, não depende da análise das particularidades do caso concreto, sendo presumida, nos termos da lei. Dessa forma, é possível analisar a presença ou não de vulnerabilidade na prática para estabelecer se estar-se diante de uma relação de consumo em que há a incidência do CDC ou não, visto que na relação consumerista ela sempre estará presente.

### ***2.1.2 Princípio da transparência ou da confiança***

O princípio da transparência está expressamente previsto no art. 4º, *caput*, do CDC e, conforme Marielza Brandão Franco (2012, p. 6039), contribui para que exista uma maior segurança para as partes da relação de consumo. De fato, é imprescindível que o consumidor tenha acesso a informações claras e precisas acerca do produto ou serviço que está adquirindo, de modo que o princípio da transparência busca exatamente evitar a utilização de técnicas arditosas pelos fornecedores no intuito de ludibriar os consumidores por meio de informações incompletas, incompreensíveis ou obscuras.

Ainda nas palavras de Marielza Brandão Franco (2012, p. 6039), observa-se que esse dever de transparência deve existir

[...] não só no momento da formação do contrato, mas desde o momento da publicidade que deve apresentar o produto ou serviço de forma real, com suas características essenciais, e o seu conteúdo do contrato com todas as consequências quanto a sua aquisição, sem omissões ou intenção de enganar o consumidor, protegendo e garantindo, assim, sua vontade real e verdadeira.

De fato, observa-se que esse princípio veda, tanto na fase pré-contratual, quanto no momento da efetiva realização da relação de consumo, a utilização de condutas arditosas,

exigindo transparência entre os sujeitos da relação consumerista, que devem pautar suas condutas na lealdade recíproca, na cooperação e na boa-fé.

Cabe destacar ainda, sua incidência na fase pós-contratual. Realmente, esses deveres de cooperação e boa-fé entre as partes também devem estar presentes mesmo após findo o contrato, conforme salienta Aldemiro Rezende (2006, p. 170) é possível, por exemplo, que seja necessária a prestação de informações corretas pelo fornecedor sobre a utilização do bem de consumo ou sobre os procedimentos de assistência técnica mesmo após à resolução contratual, motivo pelo qual é indispensável a incidência do princípio da transparência também nessa fase.

Desse modo, como consequência do princípio da transparência tem-se o dever de informar o consumidor por meio de uma oferta clara, transparente e precisa, sobre as características do produto ou serviço e sobre as condições do contrato. Deve-se criar, portanto, uma relação consumerista de lealdade, confiança e transparência, evitando que o consumidor possa vir a ser enganado e ter suas expectativas sobre o produto ou serviço frustradas, sendo levado a adquirir algo que pensa ser de uma forma, em razão das informações erroneamente prestadas pelo fornecedor, mas na verdade não é o que pretendia adquirir.

Além disso, o próprio contrato deve estar redigido de modo que não existam cláusulas obscuras, dúbias ou contraditórias para enganar o consumidor no momento da contratação, principalmente no caso dos contratos de adesão, onde o consumidor não tem participação no momento da elaboração, mas deve ter o direito de ficar ciente de todo o seu conteúdo de maneira indubitosa (MARQUES, 2006, p. 719-720).

Cabe destacar ainda, incidência do princípio da transparência na fase pós-contratual. Realmente, os deveres de cooperação e boa-fé entre as partes também devem estar presentes mesmo após findo o contrato, conforme salienta Aldemiro Rezende (2006, p. 170) é possível, por exemplo, que seja necessária a prestação de informações corretas pelo fornecedor sobre a utilização do bem de consumo ou sobre os procedimentos de assistência técnica mesmo após à resolução contratual, motivo pelo qual é indispensável a incidência do princípio da transparência também nessa fase.

### ***2.1.3 Princípio da informação***

O princípio da informação está expresso no Código de Defesa do Consumidor em seus artigos 4º, inciso IV e 6º, inciso III:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: [...] IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo; [...] (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990).

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; [...] (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990).

Trata-se de princípio diretamente relacionado ao da transparência, sendo fundamental no sistema de proteção ao consumidor. Esse princípio possui dois núcleos traduzidos no dever de informar e no direito a ser informado.

Para Alexandre David Malfatti (2003, p. 253):

[...] a informação será adequada quando ajustada ao destinatário da mensagem: o consumidor. O artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor reconhece em favor do consumidor – traduzindo um dever para o fornecedor – o direito de receber informações adequadas.

E prossegue:

A informação será clara quando for facilmente percebida, compreendida, entendida e assimilada pelo consumidor. A clareza serve como instrumento de adequação da informação. O consumidor não pode ter dúvida de que está diante de uma mensagem do fornecedor. Além disso o consumidor deve ser capaz de decodificar a mensagem – informação – enviada pelo fornecedor. (MALFATTI, 2003, p.253).

O STJ, nessa linha, já se manifestou, no âmbito da decisão do Recurso Especial nº 586.316 com relatório do Ministro Herman Benjamin, no sentido de que o dever de informação pode ser dividido em quatro categorias: a informação-conteúdo, que seria a informação sobre características intrínsecas do produto e serviço; a informação-utilização, sobre como se usa o produto ou serviço; a informação-preço, sobre custo, formas e condições de pagamento; a informação-advertência sobre riscos do produto ou serviço (BRASIL, STJ, 2009).

Assim, é dever do fornecedor apresentar ao consumidor informações claras, precisas e congruentes de forma simples e acessível, a respeito das características relevantes dos produtos ou serviços oferecidos. De fato, trata-se da exigência de uma conduta positiva do fornecedor de modo que uma falha de informação pode gerar responsabilidade e dever de reparação, bem como a omissão caracteriza publicidade enganosa.

Conforme salienta Aldemiro Rezende (2006, p. 169-170) o dever de informação deve estar presente na fase pré-contratual, de modo que as partes possam decidir sobre a conveniência ou não da relação jurídica; durante a realização do contrato, para proteger, por

exemplo, a parte de danos causados pelo mau uso do bem; na fase pós-contratual, afim de continuar garantindo informações sobre o bem e sobre assistência técnica.

Desse modo, a razão de ser do princípio da informação é permitir ao consumidor o acesso à informação clara, precisa e congruente, assegurando a possibilidade de fazer escolhas conforme sua necessidade e vontade, além de permitir a correta utilização do produto ou serviço adquirido, mesmo após o fim do contrato.

#### **2.1.4 Princípio da boa-fé objetiva**

Esse princípio tem grande importância no direito contratual contemporâneo, podendo ser considerado vital para o direito do consumidor como um todo, englobando todos os demais princípios.

O princípio da boa-fé objetiva está presente no art. 4º, inciso III do CDC, que enuncia:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: [...] III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), **sempre com base na boa-fé** e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; [...] (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990, grifou-se).

Desse modo, observa-se a necessidade de harmonização entre as partes e equilíbrio na relação consumerista, visando à proteção do consumidor, bem como a concretização dos fundamentos da ordem econômica.

Mas o que seria a boa-fé objetiva? Inicialmente, ressalta-se que o conceito de boa-fé objetiva surgiu da evolução do conceito de boa-fé subjetiva. A boa-fé já era termo utilizado em nosso ordenamento jurídico, em dispositivos do Código comercial de 1850 e do Código Civil de 1916, no entanto, foi com o Código do Consumidor que esse termo passou a ter nova significação, atrelada ao efetivo comportamento humano indicativo de honestidade, ética e cooperação recíproca (GIANCOLI; ARAUJO JUNIOR, 2013, p. 61 - 62).

Após o surgimento do CDC, em 1990, entrou em vigor no Brasil o novo Código Civil Brasileiro, em 2002, normatizando em seu artigo 422 o princípio da boa-fé objetiva, ao dispor: “Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé”. (BRASIL, Lei nº 10.406, Código Civil, 2002).

Nesse sentido, ressalta William Paiva Marques Júnior (2013, p. 318) que:

O Código Civil de 2002 está permeado de uma estrutura principiológica oriunda da constitucionalização das relações privadas. Neste jaez, tem-se: (a) uma hermenêutica civilista contemporânea amalgamada pelo princípio da sociabilidade das relações privadas em seus mais diversos matizes; (b) a força cogente dos contratos apresenta uma liberdade contratual mitigada por matérias de ordem pública; (c) a propriedade e seus consectários (contrato e empresa) denotam o seu viés eminentemente permeado pela função social; **(d) adoção dos postulados gerais da cooperação, solidariedade e boa-fé;** (e) reconhecimento dos direitos da personalidade e a sua repercussão na responsabilização civil; (f) objetivação da responsabilização civil em situações cada vez mais numerosas; (g) a eficácia horizontal dos direitos fundamentais. (grifou-se).

Além disso, destaca que, da passagem do constitucionalismo clássico para o neoconstitucionalismo, houve uma tendência à humanização do Direito (MARQUES JÚNIOR, 2013, p. 349).

Assim, observa-se que o princípio da boa-fé objetiva constitui cláusula geral de Direito Privado presente no Código Civil de 2002, de modo que é notável a aproximação deste com o Código de Defesa do Consumidor no que concerne aos princípios, visto que ambos buscam realizar os ideais do Estado Social (LÔBO, 2002, p. 13) e seguem essa tendência de humanização do Direito.

Judith Martins Costa (2000, p. 411-412), distingue com clareza a boa-fé subjetiva da boa-fé objetiva, lecionando que

A expressão ‘boa-fé subjetiva’ denota ‘estado de consciência’, ou convencimento individual de obrar (a parte) em conformidade ao direito (sendo) aplicável, em regra, ao campo dos direitos reais, especialmente em matéria possessória. Diz-se ‘subjetiva’ justamente porque, para a sua aplicação, deve o intérprete considerar a intenção do sujeito da relação jurídica, o seu estado psicológico ou íntima convicção. Já por ‘boa-fé objetiva’ se quer significar – segundo a conotação que adveio da interpretação do parágrafo 242 do Código Civil alemão, de larga força expansionista em outros ordenamentos e, bem assim, daquela que lhe é atribuída nos países da common law – modelo de conduta social, arquétipo ou standard jurídico, segundo o qual cada pessoa deve ajustar a própria conduta a esse arquétipo, obrando como obraria um home reto: com honestidade, lealdade, probidade. Por este modelo objetivo de conduta levam-se em consideração os fatores concretos do caso, tais como o status pessoal e cultural dos envolvidos, não se admitindo uma aplicação mecânica do standard, de tipo meramente subsuntivo.

Dessa forma, é possível conceituar a boa-fé objetiva como o dever, na relação contratual, de agir conforme os ditames da lealdade, da cooperação, da ética, da integridade, da honestidade, saindo do plano da vontade das partes (boa-fé subjetiva) para o plano da verdadeira conduta humana.

A boa-fé objetiva desdobra-se em diversos outros deveres anexos, que não precisam estar previstos, tais como o dever de cuidado, de informar e o de agir de forma honesta, por isso diz-se que o princípio da boa-fé objetiva engloba os demais (TARTUCE; NEVES, 2013, p. 37).

Ademais, ressalta-se que a boa-fé objetiva possui três funções básicas: servir, conforme já citado acima, como fonte de novos deveres anexos (função criadora); limitar o exercício dos direitos subjetivos, definindo certas condutas como abusivas (função limitadora); ser utilizada como interpretação dos contratos, proibindo interpretações maliciosas dos dispositivos contratuais de modo a permitir vantagens indevidas (função interpretadora) (MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, 2010, p. 125).

Destaca-se que, no Código Civil de 2002, o artigo 113 também traz expressa a incidência da boa-fé nos negócios jurídicos, de modo que se trata claramente da boa-fé objetiva explicitada ao longo deste tópico, ou seja, regra de conduta humana, caracterizando a função interpretadora desse princípio ora citada, nos seguintes termos “Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração.” (BRASIL, Lei nº 10.406, Código Civil, 2002).

De forma prática, o princípio da boa-fé objetiva encontra-se traduzido em diversos dispositivos do CDC, sendo o princípio máximo desse Código. Destacam-se, conforme salienta Flávio Tartuce (2013, p. 38), adiante alguns dos dispositivos em que é possível observar a incidência da boa-fé objetiva:

No art. 9º do CDC, que estabelece o dever do fornecedor de informar o perigo e nocividades dos produtos ou serviços colocados no mercado, a boa-fé objetiva é essencial para determinar a responsabilidade decorrente de falha na informação ou publicidade enganosa.

No art. 31 do CDC, que estabelece a necessidade de o fornecedor prestar informações claras e precisas ao consumidor, mais uma vez observa-se a incidência da boa-fé objetiva em relação à oferta do produto, evitando a publicidade abusiva ou enganosa.

Por fim, o art. 48 do Código de Defesa do Consumidor determina que as manifestações de vontade, pré-contratuais ou não, vinculam o fornecedor. Assim, observa-se a necessidade de uma conduta leal e honesta em todas as fases contratuais, visto que as manifestações de vontade vinculam o fornecedor, de modo que o princípio da boa-fé objetiva incide nas fases pré-contratual, contratual e pós-contratual.

### ***2.1.5 Princípio da equidade***

Para finalizar, o último princípio a ser citado dentre os fundamentais do CDC é o princípio da equidade. Ressalta-se, inicialmente, que esse princípio não é exclusivo do Direito do Consumidor, mas em virtude da necessidade do equilíbrio entre as partes na relação de

consumo, já mencionado neste trabalho, ele acaba por se tornar um princípio com grande relevância no sistema de proteção ao consumidor.

O princípio da equidade, nas palavras de Marielza Brandão Franco (2012, p. 6040):

[...] significa dizer que, quanto ao conteúdo dos contratos e seus consequentes efeitos, é preciso que haja equilíbrio de direitos e deveres, podendo o juiz dispor da relação contratual para torná-la mais equânime, sobrepondo a vontade das partes para restabelecer o equilíbrio e promovendo um controle concreto e efetivo do conteúdo contratual na existência de cláusulas abusivas.

Ou seja, o princípio da equidade busca garantir o equilíbrio aos contratos, visando à justiça contratual entre os sujeitos da relação de consumo.

Esse princípio está presente no art. 4º, inciso III, já transcrito no tópico anterior atinente à boa-fé objetiva, e no art. 51 do Código de Defesa do Consumidor, que estatui:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: [...] IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, **que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;** [...] (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990, grifou-se).

Portanto, a cláusula contratual que contrariar o princípio da equidade, gerando grande desequilíbrio na relação consumerista, de modo que ponha o consumidor em clara desvantagem, será declarada nula de pleno direito.

Nessa linha, para Bruno Pandori Giancoli e Marco Antonio Araujo Junior (2013, p. 63), essa norma dá ao juiz a possibilidade invalidar a cláusula contratual, de forma total ou parcial, em relação ao que for contrário à equidade e à boa-fé, podendo efetivamente afastar do campo da incidência aquilo que está caracterizando grande desequilíbrio na relação de consumo, buscando novamente reequilibrá-la e garantir a justiça contratual entre as partes.

Assim, observa-se que a relação de consumo já é, por si, uma relação desequilibrada, onde o consumidor integra o polo mais fraco, de modo que o direito do consumidor e seus princípios fundamentais devem agir no sentido de efetivamente proporcionar equilíbrio a essa relação, para que o consumidor não seja demasiadamente prejudicado, o que é garantido pelos dispositivos ora citados.

### **3 OS ELEMENTOS CARACTERIZADORES DA RELAÇÃO DE CONSUMO E AS PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS**

O conjunto de regras presentes no Código de Defesa do Consumidor, incluindo os princípios norteadores explanados no capítulo anterior, é aplicado somente quando está presente um vínculo jurídico de consumo entre as partes, ou seja, é necessária a caracterização de uma relação jurídica de consumo para a aplicação dessas regras. Para Felipe Peixoto Braga Netto (2014, p. 111), essa relação estará caracterizada quando estiverem vinculados um consumidor e um fornecedor e quando o objeto for um produto ou um serviço.

Diante, portanto, da efetiva caracterização dessa relação consumerista, o Código de Defesa do Consumidor apresenta os dispositivos que devem ser aplicados ao caso concreto para tutelar essa relação. Dentre essas normas, o próprio CDC cuidou de enumerar, em seu artigo 39, determinadas práticas comerciais consideradas abusivas em relação ao direito do consumidor e que são, portanto, vedadas pelo Código.

O presente capítulo, dessa forma, aborda os elementos caracterizadores da relação de consumo, para que seja possível identificar quando se está diante de uma relação consumerista ou não, bem como traz um estudo das práticas abusivas tipificadas no Código de Defesa do Consumidor, com o fito de introduzir o objeto principal do presente trabalho, qual seja a obsolescência programada no âmbito do direito do consumidor.

#### **3.1 Elementos estruturais da relação jurídica**

Inicialmente, no entanto, para que seja possível compreender a estrutura da relação jurídica de consumo, faz-se necessário trazer os elementos estruturais da relação jurídica de maneira geral.

Francisco Amaral (2006, p. 159) descreve a relação jurídica como “[...] um vínculo que o direito reconhece entre pessoas ou grupos, atribuindo-lhes poderes e deveres. Representa uma situação em que duas ou mais pessoas se encontram, a respeito de bens ou interesses jurídicos”.

Já Paulo Dourado de Gusmão (2003, p. 254) leciona que a relação jurídica

[...] é o vínculo que une duas ou mais pessoas, decorrente de um fato ou de um ato previsto em norma jurídica, que produz efeitos jurídicos, ou, mais singelamente, vínculo jurídico estabelecido entre pessoas, em que uma delas pode exigir de outra determinada obrigação.

A partir das definições ora apresentadas e dos demais entendimentos doutrinários, os juristas destacam os seguintes elementos estruturais da relação jurídica: os sujeitos, o

objeto e os fatos jurídicos, de modo que a relação jurídica seria, realmente, um vínculo entre duas (ou mais) partes envolvendo direitos e deveres em relação a um determinado objeto. Ressalta-se que outros elementos são citados pela doutrina como pertencentes à estrutura da relação jurídica, no entanto, em razão de ainda haver grande divergência sobre o assunto, destacar-se-ão os elementos mais comumente referidos pelos juristas.

Os sujeitos da relação jurídica são as pessoas ou entes despersonalizados, entre os quais há uma ligação, sendo um o titular de um direito e outro o titular de um dever.

O objeto, sobre o qual recai o interesse das partes da relação jurídica, segundo Maria Helena Diniz (2010, p. 516 - 517), pode ser dividido em objeto mediato e imediato. O objeto mediato é justamente a prestação devida pelo sujeito passivo, que pode ser um dever positivo ou negativo, e o objeto imediato é o bem jurídico tutelado.

Por fim, os fatos jurídicos são, nas palavras de Silvio de Salvo Venosa (2003, p. 365):

[...] todos os acontecimentos que, de forma direta ou indireta, ocasionam efeito jurídico. Nesse contexto, admitimos a existência de fatos jurídicos em geral, em sentido amplo, que compreendem tanto os fatos naturais, sem a interferência do homem, como os fatos humanos, relacionados com a vontade humana.

Nesse sentido, Maria Helena Diniz (2010, p. 517) ressalta que é o fato jurídico que tem a capacidade de vincular os sujeitos e de subordinar o objeto ao poder dos mesmos e, portanto, concretizar a relação jurídica. Dessa forma, o fato jurídico é um acontecimento, que pode ser natural ou proveniente da vontade humana, previsto em uma norma jurídica, que pode gerar consequências no plano jurídico.

Apresentada e estrutura de uma relação jurídica, portanto, é possível que passar à análise dos elementos específicos que caracterizam uma relação de consumo.

### **3.2 Elementos subjetivos da relação de consumo: o consumidor e o fornecedor**

Conforme já esclarecido, somente quando se está diante de uma relação de consumo, com todas as suas qualificadoras, é que será aplicado ao caso concreto o sistema de proteção do Código de Defesa do Consumidor. Dessa forma, para o CDC, segundo o entendimento de Rui Stoco (1996, p. 413), a relação de consumo deve ser compreendida como sendo aquela que abrange a compra e venda de produtos por um consumidor final ou prestação de serviços, excluídos os de cunho trabalhista

Nelson Nery Junior (2004, p. 493-495), por sua vez, caracteriza a relação de consumo abrangida pelo CDC:

[...] assim entendida a relação jurídica existente entre fornecedor e consumidor tendo como objeto a aquisição de produto ou a utilização de serviços pelo consumidor [...]. O CDC não fala de “contrato de consumo”, “ato de consumo”, “negócio jurídico de consumo”, mas de relação de consumo, termo que tem sentido mais amplo do que aquelas expressões. [...] São sujeitos da relação de consumo o fornecedor e o consumidor; são objeto da relação de consumo os produtos e serviços. O elemento teleológico da relação de consumo é a finalidade com que o consumidor adquire os produtos ou utiliza do serviço, isto é, como destinatário final.

Observa-se, portanto, que a relação jurídica de consumo é composta por sujeitos, que serão sempre o consumidor e o fornecedor e pelo objeto, que pode ser um produto ou um serviço. Mas quais seriam as definições de consumidor e fornecedor que caracterizam a relação de consumo sobre a qual incide o CDC?

O Código de Defesa do Consumidor define o consumidor como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990, art. 2º). Da leitura do dispositivo, portanto, observa-se o consumidor pode ser tanto uma pessoa natural, quanto uma pessoa jurídica e que o CDC limitou esse conceito. De fato, fica claro que apenas aquelas pessoas que adquirem o produto ou serviço como destinatárias finais poderão ser consideradas consumidoras, nos termos do Código de Defesa do Consumidor.

Desse modo, as pessoas (físicas ou jurídicas) que adquirem um produto ou serviço com finalidade profissional, ou seja, como etapa da cadeia de produção, não seriam consideradas consumidoras para fins de aplicação das normas do Código de Defesa do Consumidor.

No que diz respeito ao elemento “destinatário final”, no entanto, ainda existem divergências em relação a sua amplitude, ocasionando o surgimento de duas teorias sobre o assunto, a finalista e a maximalista.

A corrente finalista, teria sido efetivamente a adotada pelo CDC em seu art. 2º, prevalecendo o entendimento, na legislação brasileira, de que o consumidor deve ser o destinatário final do produto ou serviço. Esse conceito de destinatário final deve ser visto sob dois enfoques, de modo que o consumidor precisa ser o destinatário final tanto do ponto de vista fático, quanto do ponto de vista econômico. (TARTUCE; NEVES, 2013, p. 73-74).

Cláudia Lima Marques (2013, p. 93-94) assim caracteriza o destinatário final na perspectiva da teoria finalista:

Destinatário final seria aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo essa interpretação teleológica, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência – é necessário ser destinatário econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção, cujo preço será incluído no preço final do

profissional para adquiri-lo. Nesse caso, não haveria exigida 'destinação final' do produto ou do serviço, ou, como afirma o STJ, haveria consumo intermediário, ainda dentro das cadeias de produção e de distribuição. Essa interpretação restringe a figura do consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família, consumidor seria o não profissional, pois o fim do CDC é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável.

Já a teoria maximalista busca uma ampliação do conceito de consumidor, considerando que as normas do CDC também poderiam ser utilizadas pelas pessoas naturais ou jurídicas que adquirem os produtos ou serviços de forma profissional, desde que não os utilizem para o fim de revenda (NEVES, 2006, p. 200).

Conforme averba Cláudia Lima Marques (2013, p.95), para os maximalistas, as normas do CDC devem ser aplicadas ao maior número possível de relações. Para isso, é necessária uma interpretação bastante extensiva da definição de consumidor trazida pelo artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, isso porque os adeptos dessa corrente enxergam o CDC como uma norma geral sobre consumo, de modo que regulamenta todo o mercado de consumo.

Pode-se mencionar, ainda, a construção, pela doutrina, de uma teoria finalista mitigada ou aprofundada. Apesar de muitos autores acreditarem que não se trata de uma nova teoria, mas apenas da aplicação da teoria maximalista, menciona-se essa corrente como sendo aquela que preceitua que deve ser considerada a configuração da figura do consumidor e, conseqüentemente da relação de consumo, em situações em que esteja presente clara vulnerabilidade, discrepância ou hipossuficiência de uma das partes (TARTUCE; NEVES, 2013, p. 77-78).

Essa corrente, que se apresenta como uma variação das teorias apresentadas anteriormente, vem surgindo recentemente em precedentes do Supremo Tribunal de Justiça, principalmente em relação à caracterização de pessoas jurídicas como consumidoras.

Destaca-se que é preciso analisar cuidadosamente o caso concreto, pois nem só a vulnerabilidade é suficiente para reconhecer o status de consumidor à pessoa jurídica. De fato, outros aspectos devem ser levados em consideração, em especial a condição de destinatário final do produto, de modo que a pessoa jurídica não o tenha adquirido simplesmente para fazer parte de sua atividade profissional (BRAGA NETTO, 2014, p. 127).

Nesse sentido, leciona Cláudia Lima Marques (2013, p. 97), uma das precursoras dessa teoria na doutrina jurídica brasileira:

Realmente, depois da entrada em vigor do CC/2002 a visão maximalista diminuiu em força, tendo sido muito importante para isto a atuação do STJ. Desde a entrada em vigor do CC/2002, parece-me crescer uma tendência nova da jurisprudência, concentrada na noção de consumidor final imediato (Endverbraucher), e de

vulnerabilidade (art. 4º, I), que poderíamos denominar aqui de *finalismo aprofundado*.

É uma interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada. Em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumos para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com uma utilização mista, principalmente na área de serviços, provada a vulnerabilidade, conclui-se pela destinação final de consumo prevalente. Essa nova linha, em especial do STJ, tem utilizado, sob o critério finalista e subjetivo, expressamente a equiparação do art. 29 do CDC, em se tratando de pessoa jurídica que comprove ser vulnerável e atue fora do âmbito de sua especialidade, como hotel que compra gás. Isso porque o CDC conhece outras definições de consumidor. O conceito-chave aqui é o de vulnerabilidade.

Foi seguindo o raciocínio dessa corrente, que o STJ decidiu, em 2014, no âmbito do Agravo Regimental no Recurso Especial 1.321.083/PR, pela existência de relação de consumo no caso da aquisição de uma aeronave por uma empresa administradora de imóveis, considerando que a empresa teria adquirido o produto como destinatária final:

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. COMPRA DE AERONAVE POR EMPRESA ADMINISTRADORA DE IMÓVEIS. AQUISIÇÃO COMO DESTINATÁRIA FINAL. EXISTÊNCIA DE RELAÇÃO DE CONSUMO.

1. Controvérsia acerca da existência de relação de consumo na aquisição de aeronave por empresa administradora de imóveis.
2. Produto adquirido para atender a uma necessidade própria da pessoa jurídica, não se incorporando ao serviço prestado aos clientes.
3. Existência de relação de consumo, à luz da teoria finalista mitigada. Precedentes. (BRASIL. STJ. 2014. Agr no Resp nº 1.321.083/PR. Relator Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. Data do julgamento 09/09/2014. DJe 25/09/2014).

Por fim, ainda em relação ao conceito de consumidor, é possível extrair do parágrafo primeiro do referido art. 2º do CDC (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990) que a definição de consumidor trazida por este Código abrange uma perspectiva coletiva, além da individual, nos seguintes termos “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.” (FRANCO, 2014, p. 33).

O outro sujeito que precisa estar presente na relação jurídica para que ela seja caracterizada como relação de consumo protegida pelo CDC é o fornecedor. Nesse contexto, o art. 3º do CDC conceitua fornecedor como sendo

[...] 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” (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990).

É necessário ressaltar que, em relação ao elemento “atividade” previsto no citado artigo, deve-se considerar a diferença entre atividade típica e atividade eventual. Para

caracterizar uma efetiva relação de consumo, é imprescindível que se esteja diante de uma atividade típica realizada pelo fornecedor.

De fato, esclarece Flávio Tartuce (2013, p. 68-69) que quem atua de forma isolada não pode ser considerado fornecedor para os parâmetros do Código de Defesa do Consumidor, em razão do próprio conceito de atividade, que pressupõe a existência de uma pluralidade de atos, de uma finalidade comum e de um espaço temporal. Além disso, a atividade deve ter caráter econômico, ou seja, deve haver o intuito de lucro ou vantagens indiretas.

Cabe esclarecer, contudo, que não somente a intenção de obter lucro (lucratividade) caracteriza o fornecedor nos termos do Código de Defesa do Consumidor. De fato, conforme citado, é necessário que se considere o desenvolvimento da atividade de forma tipicamente profissional, ou seja, de forma contínua, organizada e frequente.

Dessa forma, ainda que a pessoa (natural ou jurídica) tenha a intenção de obter lucro, se atua de forma esporádica, eventual, isolada, não será reconhecida como fornecedora, nos termos do CDC, e, conseqüentemente, não restará configurada uma relação de consumo. Para exemplificar, José Fernando Simão (2003, p. 38) demonstra que se um indivíduo possui um carro de uso pessoal e posteriormente decide vendê-lo, ele não seria considerado como fornecedor para o CDC. No entanto, a situação seria completamente diferente se esse indivíduo possuísse diversos automóveis de sua propriedade e usualmente os vendesse ao público em geral, pois nesse caso ele seria caracterizado como fornecedor nos termos do CDC e essa seria claramente uma relação de consumo.

Diversos outros exemplos podem ser dados nesse contexto. Seguindo o mesmo raciocínio, uma empresa têxtil que isoladamente vende um computador da recepção para angariar dinheiro para comprar um novo não se caracteriza como fornecedora e essa relação não será de consumo, da mesma forma que uma jovem estudante que decide se desfazer esporadicamente de algumas roupas que não usa mais, na intenção de obter verba para comprar livros escolares, não integra o conceito de fornecedor previsto no Código de Defesa do Consumidor.

Dessa forma, demonstrados os elementos subjetivos da relação de consumo, pode-se concluir que, caso não reste configurada a existência de um consumidor – levando em consideração o caráter de destinatário final adotado pelo CDC –, bem como inexistindo a figura do fornecedor – considerando-se o conceito de atividade típica, característica também adotada pelo Código de Defesa do Consumidor – não se pode falar em relação de consumo, visto que ambos os elementos são imprescindíveis para caracterizá-la.

Assim, na ausência desses elementos, é possível considerar a relação apenas como relação jurídica comum, sob a qual não incidirão as regras do Código de Defesa do Consumidor, sendo tutelada, se for o caso, pelas normas do Código Civil.

### **3.3 Elementos objetivos da relação de consumo: o produto e o serviço**

Dando continuidade à caracterização de uma relação consumerista, tem-se o produto e o serviço como elementos objetivos dessa relação.

Nos termos do art. 3º, § 1º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990) “Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.”. Observa-se, portanto, que o CDC pretendeu dar grande amplitude ao conceito de produto, buscando, dessa forma, evitar exceções indevidas, motivo pelo qual fez uso de conceitos bastante genéricos.

De fato, para José Augusto Delgado (1996, p. 103-107), esse conceito de produto deve se apresentar de forma elástica, ampliada, considerando-se como tudo que seja produzido, seja naturalmente, seja pela ação do homem.

Ademais, observa-se, pela análise do dispositivo citado, conforme esclarece Flávio Tartuce (2013, p. 92), que o CDC se utiliza de definições clássicas do Direito Civil, ao determinar que o bem pode ser móvel ou imóvel, diferenciação essa que se encontra presente na parte peral do Código Civil de 2002. Assim, bem móvel é aquele que pode ser transportado sem deterioração ou prejuízo e bem imóvel se configura como aquele que não possui essa capacidade, ou seja, o transporte implica necessariamente em destruição, deterioração ou prejuízo ao mesmo.

Além disso, o produto de que fala o CDC pode ser um bem material ou imaterial. Bem material é aquele que possui existência física ou corpórea, enquanto o bem imaterial não a possui, sendo, portanto, abstrato.

Além dessas classificações clássicas do direito privado, o Código de Defesa do Consumidor também cuidou de classificar o produto quanto sua durabilidade para efeitos de determinação do prazo decadencial para exercer o direito de reclamar vícios.

Dessa forma, o art. 26 do CDC traz essa classificação, de modo que, nas palavras de Rizzato Nunes (2015, p.189-190): “Produto durável é aquele que, como o próprio nome diz, não se extingue com o uso. Ele dura, leva tempo para se desgastar. Pode – e deve – ser utilizado muitas vezes.”.

E prossegue com distinção se referindo a produto não durável como “[...] aquele que se acaba com o uso. Como o próprio nome também diz, não tem qualquer durabilidade. Usando-o, ele se extingue ou, pelo menos, vai-se extinguindo.” (NUNES, 2015, p. 189-190).

Assim, apresentado o conceito e as classificações de produto, passa-se ao segundo elemento objetivo da relação jurídica de consumo, o serviço. O art. art. 3º, § 2º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990) traz o seguinte conceito “Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.”.

Nesse contexto, observa-se que o CDC traz a necessidade de que o serviço seja realizado mediante remuneração. No entanto, é possível que o caráter oneroso da relação se evidencie por meio de vantagens indiretas:

De início, cumpre esclarecer que, apesar de a lei mencionar expressamente a remuneração, dando um caráter oneroso ao negócio, admite-se que o prestador tenha vantagens indiretas, sem que isso prejudique a qualificação da relação consumerista. Como primeiro exemplo, invoca-se o caso do estacionamento gratuito em lojas, *shopping centers*, supermercados e afins, respondendo a empresa que é beneficiada pelo serviço, que serve como atrativo aos consumidores. (TARTUCE; NEVES, 2013, p. 96).

Ademais, observa-se em relação ao dispositivo citado que o legislador optou por mencionar expressamente os serviços de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária como inclusos no rol de atividades sobre as quais incide o CDC.

Segundo Bruno Pandori Giancoli e Marco Antonio Araujo Junior (2013, p. 49), essa inclusão expressa visou proteger o consumidor no âmbito de algumas das principais relações de consumo existentes no atual mercado, que é as de fornecimento de crédito e as de serviços securitários, de modo que não restasse qualquer dúvida ou questionamento sobre a incidência do CDC sobre elas. A respeito do tema, inclusive, foi editada a Súmula 297 pelo Superior Tribunal de Justiça (BRASIL, 2004) com o seguinte enunciado: “o Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”.

Continuando no estudo do dispositivo, observa-se que ficam excluídos do âmbito de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, as relações de cunho trabalhista, que são reguladas por legislação específica, qual seja a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), tendo jurisdição específica para a solução de seus litígios, a Justiça do Trabalho, conforme disposto no artigo 114, inciso I da Constituição Federal De 1988.

Nesse contexto, ressalta-se que, no que diz respeito aos profissionais liberais, eles são considerados fornecedores de serviços e, portanto, sujeitam-se às normas do CDC (BRAGA NETTO, 2014, p. 121).

Assim, para efeitos de conceituação, profissional liberal “[...] se caracteriza pela inexistência, em geral, de qualquer vinculação hierárquica e pelo exercício predominantemente técnico e intelectual de conhecimentos especializados, concernentes bens fundamentais do homem, como a vida, a saúde, a honra, a liberdade” (VASCONCELOS, 2003, p. 187). Ou seja, profissionais liberais são aqueles que exercem atividade de forma autônoma, sem subordinação e de maneira personalizada (de modo que os serviços são contratados em razão das características peculiares e personalíssimas do profissional).

Nesses casos, porém, o Código de Defesa do Consumidor optou por dar um tratamento diferenciado, dispondo, em seu artigo 14, §4º (BRASIL, Lei 8.078, 1990), que a responsabilidade desses profissionais liberais seria subjetiva, ou seja, dependente da verificação de culpa.

Por fim, salienta-se que os serviços *on-line*, oferecidos por meio da utilização da internet, também são abrangidos pela legislação consumerista, uma vez que, apesar de não estarem expressamente mencionados no Código de Defesa do Consumidor, também se enquadram no conceito de serviço trazido pelo CDC.

Aliás, todo o comércio eletrônico (abrangendo a compra e venda de produtos e a prestação de serviços) está sujeito às normas de proteção ao consumidor, como, inclusive, está disposto no artigo 7º, inciso XIII da Lei nº 12.695 (BRASIL, 2014), nos seguintes termos: “Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: [...] XIII - aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet.”.

Dessa forma, finaliza-se, no presente trabalho, o estudo dos elementos caracterizadores das relações consumeristas, elementos estes que, reitera-se, precisam estar imprescindivelmente presentes na relação jurídica para que a mesma possa ser considerada de consumo e, conseqüentemente, para que o CDC possa incidir sobre ela.

### **3.4 Práticas comerciais abusivas no âmbito das relações de consumo**

Inicialmente, antes de analisar as práticas comerciais abusivas no âmbito do Direito do Consumidor, é importante tecer algumas explicações acerca do abuso do direito,

conceito que está presente na seara do direito privado e consta expressamente descrito no Código Civil de 2002.

Ressalta-se que, para muitos juristas, o abuso do direito encontra suas raízes no Direito Romano. Apesar de essa teoria não ter sido propriamente desenvolvida pelos romanos, sustenta-se que eles já possuíam certas máximas e institutos que serviram como precursores para a criação do que se entende na atualidade como teoria do abuso do direito. Esses primeiros traços do reconhecimento do abuso do direito, segundo Keila Pacheco Ferreira (2006, p. 16), eram percebidos por meio soluções casuísticas, sem preocupação com uma sistematização ou generalização.

Renan Lotufo (2003, p. 499) salienta que essa teoria seria decorrente da teoria da *aemulatio* do Direito Romano, que seria a utilização de um direito com o intuito de causar dano a outrem.

Nesse sentido, prossegue Keila Pacheco Ferreira (2006, p. 16-17) lecionando que, durante o período medieval, essa teoria da *aemulatio*, com origem no Direito Romano, teria tido maior desenvolvimento, podendo ser considerada como teoria precedente à do abuso do direito.

No entanto, o verdadeiro surgimento da teoria do abuso do direito, da forma como se entende hoje, sendo uma doutrina autônoma e científica, teria acontecido no somente na segunda metade do século XIX, na França (RODRIGUES, 2003, p. 318), a partir da jurisprudência francesa.

No Brasil, o Código Civil de 1916 já trazia, ainda que de forma indireta, aspectos ligados à teoria do abuso do direito, contudo, foi o Código Civil de 2002 que acolheu expressamente essa teoria (MARCACINI, 2006, p. 25-26). Assim, o artigo 187 explicita que “Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico e social, pela boa-fé ou pelos bons costumes” (BRASIL, Lei nº 10.406, 2002).

Nesse sentido, ensina Sergio Cavalieri (2012, p. 174)

Em suma, há uma linha divisória entre o exercício regular do direito e o abuso do direito. O primeiro se transforma em ato ilícito quando ultrapassa os limites estabelecidos pela lei. O que efetivamente caracteriza o abuso do direito, como já ressaltado, é o seu *anormal* exercício, assim entendido aquele que se afasta da ética, da boa-fé, da finalidade social ou econômica do direito, enfim, exercido sem *motivo legítimo*. O ato será normal ou abusivo seguindo ou não um motivo legítimo; se tiver ou não por finalidade a satisfação de um interesse sério e legítimo; se servir ou não para causar dano a outrem, e sem proveito próprio.

Dessa forma, observa-se que se trata de um ilícito o cometimento de excessos no exercício de um direito, surgindo, inclusive o dever de reparação em caso de prejuízo a outrem, nos termos do próprio Código Civil de 2002.

Salienta-se que, antes mesmo da entrada em vigor do Código Civil de 2002, o Código de Defesa do Consumidor já proibia a prática do abuso do direito, ao estabelecer a invalidade das cláusulas contratuais abusivas, bem como ao elencar determinadas práticas comerciais tidas como abusivas no âmbito das relações consumeristas.

Nesse sentido, o artigo 6º do CDC, em seu inciso IV (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990), prevê que são direitos básicos do consumidor a proteção contra “[...] publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; “.

Ademais, mais uma vez o Código de Defesa do Consumidor inovou ao tratar, na Seção IV do Capítulo V, especificamente das práticas comerciais abusivas que são vedadas ao fornecedor, trazendo, em seu artigo 39, um rol de situações exemplificativas.

Conforme ressalta Cláudia Lima Marques (2006, p. 813), os dispositivos poderiam ter tido ainda maior impacto, caso o artigo 45 do CDC não tivesse sido vetado pelo Presidente da República à época da criação desse Código, vez que ele determinava perdas e danos punitivos como rigorosa sanção em caso de utilização das práticas vedadas. No entanto, ressalta a autora, que, apesar do veto presidencial, a vedação às condutas abusivas permanece e o consumidor pode pleitear, em relação a elas, a reparação de danos conforme previsto nos artigos 186, 187 e 927 do Código Civil de 2002 (aplicação subsidiária e por implicitude), bem como no artigo 6º, inciso VI do CDC, que dispõe ser direito do consumidor a reparação de danos patrimoniais e morais.

É necessário ressaltar, contudo, que esse rol trazido pelo artigo 39 do CDC é meramente exemplificativo e, conforme leciona Flávio Tartuce (2013, p. 369), qualquer conduta que vá de encontro aos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, aos princípios norteadores e ao próprio espírito do sistema de proteção ao consumidor deve ser considerada abusiva.

Além disso, o próprio CDC traz previsão de outras práticas abusivas, além das elencadas no artigo 39, de forma esparsa em dispositivos diversos, tais como a cobrança de forma constrangedora, a publicidade enganosa e a inserção indevida do consumidor em cadastros de proteção ao crédito (NUNES, 2015, p. 602).

Dessa forma, a prática não precisa estar expressamente prevista em algum dispositivo do CDC para que possa ser considerada abusiva. Realmente, o rol trazido por esse

Código não é exaustivo, mas apenas exemplifica algumas situações, o que não impede que outras condutas também possam ser configuradas como abusivas.

Isso é possível depreender, inclusive, da própria redação do *caput* do artigo 39: “É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, **dentre outras práticas abusivas:**” (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990, grifou-se). De fato, o próprio texto indica que as condutas elencadas não são as únicas consideradas abusivas.

Ora, e assim nem poderiam ser, sob pena de comprometer a proteção ao consumidor. Com efeito, o mercado de consumo na atual sociedade muda constantemente e em grande velocidade, de modo que todos os dias surgem novas técnicas dos fornecedores para aumento da produção e principalmente do lucro e muitas dessas práticas podem ser contrárias aos fundamentos do sistema brasileiro de proteção ao consumidor.

Esse é, inclusive, o entendimento adotado pelo STJ, conforme é possível observar no exemplo da seguinte decisão do Recurso Especial nº 1.539.165/MG:

CONSUMIDOR. PRÁTICA ABUSIVA. CLÁUSULAS ABUSIVAS EM CONTRATO DE ADESÃO A CARTÃO DE CRÉDITO. MULTA ADMINISTRATIVA APLICADA PELO PROCON AO FORNECEDOR. INTERPRETAÇÃO DE CLÁUSULAS PARA FINS DE REDUÇÃO DA SANÇÃO. INVIABILIDADE. SÚMULA 5/STJ. REEXAME DE PROVAS. DESCABIMENTO. SÚMULA 7/STJ. CONTRATO DE DURAÇÃO. INCIDÊNCIA DO CDC E DE SUAS ALTERAÇÕES.

1. O Procon-MG instaurou processo administrativo contra fornecedora de serviços de cartão de crédito, resultando na aplicação de multa por: cobrança de tarifa de administração; cobrança de taxa de emissão de boleto bancário para emissão mensal de fatura, independentemente de o pagamento ser realizado por meio de débito em conta, dinheiro ou cheque pós-datado; cobrança de tarifa de débito em conta corrente; contratação adesiva de cláusula de débito em conta corrente do cliente; cobrança de seguro por perda ou roubo do cartão; e envio de produtos e/ou serviços sem solicitação do consumidor.

2. Prática abusiva (lato sensu) é aquela que contraria as regras mercadológicas de boa e leal conduta com os consumidores, sendo, de rigor, sua prevenção, reparação e repressão. **O Código de Defesa do Consumidor traz rol meramente exemplificativo de práticas abusivas (art. 39), cabendo ao juiz identificar, no caso concreto, hipóteses de violação dos princípios que orientam o microssistema.** [...] (BRASIL. STJ. 2016. Resp nº 1.539.165/MG. Relator Ministro Humberto Martins. Data do julgamento 23/08/2016. DJe 16/11/2016. Grifou-se).

Nesse sentido, Rizzato Nunes (2015, p. 601-603) também leciona sobre a abusividade e as práticas comerciais abusivas no âmbito do direito do consumidor:

A ideia da abusividade tem relação com a doutrina do abuso do direito. Foi a constatação de que o titular de um direito subjetivo pode dele abusar no seu exercício que acabou levando o legislador a tipificar certas ações como abusivas. [...] As chamadas “práticas abusivas” são ações e/ou condutas que, uma vez existentes, caracterizam-se como ilícitas, independentemente de se encontrar ou não algum consumidor lesado ou que se sinta lesado. São ilícitas em si, apenas por existirem de fato no mundo fenomênico.

Dessa forma, constata-se que a existência de verdadeiro prejuízo ao consumidor não é requisito indispensável para a caracterização de uma conduta como prática abusiva pelo Código de Defesa do Consumidor, bastando que ela tenha sido efetivamente praticada pelo fornecedor.

Sérgio Cavalieri (2010, p. 2016), por sua vez, ensina que as práticas comerciais abusivas, no âmbito do direito do consumidor são aquelas ações que não estão de acordo com os bons procedimentos nas relações de consumo, ferindo os limites da boa-fé e caracterizando abuso do direito.

Assim, é possível concluir que todo fornecedor tem direito a lançar seus produtos e serviços no mercado de consumo e de agir em prol de seu lucro, de sua permanência no mercado e de sua competitividade perante os concorrentes, no entanto, existem limites para as condutas que os fornecedores podem praticar, de modo que não podem abusar desse direito. De fato, práticas lesivas ao consumidor são veementemente proibidas pelo sistema brasileiro de proteção ao consumidor e podem ensejar a reparação de danos, morais e patrimoniais, nos termos do Código Civil e do Código de Defesa do Consumidor, além de possíveis sanções administrativas e até mesmo sanções penais previstas no próprio CDC.

## **4 A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA COMERCIAL ABUSIVA NO ÂMBITO DO DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL**

Após explanar, no presente estudo, o modo de funcionamento do sistema de proteção do consumidor no Brasil, por meio da conceituação dos principais princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor, bem como da explicação sobre a estrutura da relação consumerista na legislação brasileira, passando pela análise das práticas abusivas no CDC, é possível adentrar no objeto principal deste trabalho, qual seja a obsolescência programada diante desse sistema instituído no Brasil.

Salienta-se que o surgimento das novas tecnologias provocou grandes mudanças no mercado de consumo de modo que muitas situações relacionadas à tecnologia e à inovação podem ser questionadas sob o ponto de vista da proteção ao consumidor. De fato, até que ponto a utilização indiscriminada de inovações constitui direito do fornecedor e estratégia legítima de mercado sem que seja caracterizada a abusividade?

Assim, será constatado neste capítulo que algumas condutas adotadas pelos fornecedores, ligadas à inovação e à tecnologia, podem configurar prática abusiva vedada pelo Código de Defesa do Consumidor, vez que, apesar de não estarem expressamente elencadas no artigo 39 ou em outros dispositivos do CDC, mostram-se contrárias aos fundamentos de proteção ao consumidor, na medida em que propositalmente limitam a existência e a utilização de produtos, o que se chama de obsolescência programada.

Cabe salientar que, consoante já ressaltado anteriormente, mesmo as ações que não estão descritas no CDC podem configurar prática abusiva vedada pelo Código de Defesa do Consumidor, podendo ensejar reparação de danos, bastando para isso que sejam contrárias aos fundamentos desse código.

### **4.1 Obsolescência programada: construto histórico e delimitação conceitual**

Na sociedade de consumo contemporânea, observa-se que os produtos não são mais fabricados para durar “por toda a vida”, como se fazia antigamente. Realmente, dentre os consumidores mais tradicionais são comuns queixas no sentido de que, na atualidade, os objetos se desgastam com muita facilidade e que, tempos atrás, era muito comum manter produtos em bom estado de funcionamento por vários anos.

De fato, o mercado de consumo mudou bastante e, influenciado pelo surgimento cada vez mais intenso de tecnologias e inovações, impõe ao consumidor, com maior frequência, a sucessão de produtos.

Nesse sentido, pontua Jean Baudrillard (2007, p. 15-16):

Vivemos o tempo dos objetos: quero dizer que existimos segundo o seu ritmo e em desconformidade com a sua sucessão permanente. Atualmente, somos nós que os vemos nascer, produzir-se e morrer, ao passo que em todas as civilizações anteriores eram os objetos, instrumentos ou monumentos perenes, que sobreviviam às gerações humanas.

No contexto histórico, destaca-se que a obsolescência programada surgiu na década de 1920, nos Estados Unidos. Esse período foi marcado pela intensa industrialização e pelo surgimento de um dilema: os consumidores já não conseguiam adquirir produtos na velocidade de produção das indústrias (BELLANDI; AUGUSTIN, 2015, p. 514).

Conforme salienta Annie Leonard (2011, p. 23), era necessário, na época, que os fornecedores adotassem algum tipo de estratégia para aumentar o consumo ou para diminuir a produção, de modo que os grandes líderes econômicos optaram por aumentar o consumo, e uma das técnicas desenvolvidas para isso foi a da obsolescência programada.

Nesse contexto, surgiu o primeiro caso em que a obsolescência programada foi efetivamente posta em prática: o caso das lâmpadas incandescentes. As companhias que integravam o cartel *Phoebus*, formado por fabricantes dos Países Baixos e da França, bem como um fabricante estadunidense, reunidos em Genebra, em 1924, decidiram se utilizar da estratégia da obsolescência programada para diminuir o tempo de vida útil das lâmpadas (NEVES, Julio, 2013, p. 321). Assim, mesmo possuindo tecnologia para a fabricação de lâmpadas que durassem muito mais, o cartel optou por propositalmente reduzir o tempo de suas vidas úteis, no intuito de aumentar o consumo, fazendo com que elas precisassem ser trocadas de maneira mais frequente.

Nessa época já era comum que as lâmpadas durassem 2.500 horas ou mais, no entanto, esse tempo foi diminuído pelo cartel para cerca de 1.000 horas em razão do objetivo de aumento do consumo e, conseqüentemente, de seu lucro (KRAJEWSKI, 2014, *online*).

No entanto, apenas na década de 1930, foi cunhada a teoria da obsolescência programada, por Bernard London, que efetivamente conceituou essa prática da forma escrita. No contexto de uma sociedade americana que estava buscando recuperação da crise de 1929, Bernard London defendia, em seu folheto “*Ending the Depression Through Planned Obsolescence*” (acabando com a depressão por meio da obsolescência planejada), a redução obrigatória da vida útil dos produtos, de modo que o próprio governo deveria estipular um prazo e, após findo esse prazo, os consumidores deveriam devolver os produtos e adquirir novos. Essa técnica teria o intuito de aumentar as vendas e, portanto, retirar os Estados Unidos da crise (CONCEIÇÃO; CONCEIÇÃO; ARAÚJO, 2014, p. 92).

Dessa forma, é possível definir a obsolescência programada como técnica utilizada pelos fornecedores com o intuito de reduzir, propositadamente, o tempo de vida útil de produtos manufaturados, objetivando impor ao consumidor a troca de bens com maior frequência, de modo a aumentar as vendas e os rendimentos. Esse encurtamento de vida útil pode se dar de diversas maneiras, existindo diversas técnicas possíveis de serem aplicadas, o que será posteriormente analisado neste trabalho.

Realmente, nas palavras de Bruno Miragem (2014, p. 43), a prática da obsolescência programada trata-se de “[...] uma estratégia negocial de abreviar o ciclo de vida útil dos produtos, condicionando sua substituição futura, mais ou menos breve.”

Apesar de a teoria da obsolescência programada não ter tido tanto destaque na época em que foi criada e divulgada por Bernard London, seus fundamentos sobreviveram e, com o passar do tempo, evoluíram, se modificaram e se expandiram, de modo a atingir não só aspectos físicos, como a utilização de matérias-primas com baixa duração nos produtos, mas também aspectos psicológicos, o que pode ser observado claramente, por exemplo, conforme denotam Fernando Antônio de Vasconcelos e Arthur Luna (2017, p. 160), no mercado de moda, em que, muitas vezes, as peças tornam-se rapidamente obsoletas não por estarem com defeito ou estragadas, mas em virtude da rápida imposição de novas tendências.

De fato, a partir dos anos 1950, a obsolescência programada ressurgiu de forma diferente. Conforme retrata o documentário “Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada” (2010), o grande precursor dessa nova visão na sociedade americana do pós-guerra foi o designer industrial Brooks Stevens, baseando sua proposta de obsolescência programada no desejo do consumidor, e não mais apenas no produto, buscando seduzi-lo para que tivesse vontade em possuir algo “um pouco mais novo, um pouco melhor, um pouco antes do necessário”.

Conforme destaca Julio Gonzaga Andrade Neves (2013, p. 321-341), essa nova perspectiva da obsolescência busca incitar nos indivíduos a vontade, cada vez mais frequente, de adquirir novos produtos. Nesse sentido, prossegue pontuando esse autor que o mercado de consumo precisa que existam clientes satisfeitos o suficiente para que sejam realizadas as compras de mercadorias, mas ao mesmo tempo insatisfeitos para que realizem novas aquisições. Para que isso seja garantido, a obsolescência programada tem sido a escolha de muitos fornecedores, fazendo surgir a necessidade de novas compras em menor espaço de tempo.

Torna-se necessário destacar ainda que, para garantir a eficácia dessa técnica, em complementação, é comum a utilização da publicidade pelos fornecedores, na tentativa de

convencer mais fortemente a aquisição de novos bens. Assim, são desenvolvidas “[...] poderosas campanhas publicitárias, que levam os consumidores a descartar rapidamente um produto, impulsionando-os à aquisição de novidades oferecidas, obedecendo um padrão de consumismo cada vez mais acelerado.” (CABRAL; RODRIGUES, p. 49).

Dessa forma, uma boa estratégia de marketing pode proporcionar aos fabricantes a fidelidade dos consumidores, além de incentivar a rápida sucessão de produtos, garantindo que os fornecedores, portanto, se beneficiem da diminuição da vida útil dos bens, por meio do aumento considerável das vendas. Observa-se, assim, o importante papel da publicidade, da mídia e, atualmente, das redes sociais, diante da prática da obsolescência programada.

Por fim, cabe ressaltar que a obsolescência programada difere da obsolescência tecnológica comum, na medida em que esta representa o avanço da tecnologia que torna a versão anterior realmente obsoleta do ponto de vista prático, de modo que a nova versão se mostra muito mais pertinente ao uso, como é o caso do telégrafo e do telefone (LEONARD, 2011, p. 174). De fato, atualmente se torna totalmente inviável utilizar um telégrafo, visto que ele não é mais eficiente ao que se propõe, em razão do surgimento do telefone.

Já no caso da obsolescência programada, trata-se de os próprios produtores se utilizarem de artifícios para diminuir a vida útil do bem, seja fazendo com que se desgastem fisicamente de forma mais fácil, seja incrementando os novos produtos com tecnologias, no intuito de gerar nos consumidores a sensação de que os que possuem já estão ultrapassados, fazendo surgir uma vontade cada vez maior de substituição rápida dos bens. Dessa forma, passa-se a uma melhor análise dessas diferentes estratégias para o encurtamento da vida útil dos produtos.

#### **4.2 Técnicas utilizadas na prática da obsolescência programada**

Conforme citado, a obsolescência programada pode ser aplicada aos produtos de diversas formas. Desse modo, pode-se afirmar que, no âmbito da obsolescência programada, existem algumas espécies.

A primeira delas a ser citada é a obsolescência de função. Nesse caso, um produto torna-se obsoleto em razão do surgimento de outro mais avançado, com melhor tecnologia.

Esse tipo de obsolescência, conforme pontua Daniel Keeble, (2013, p. 12), pode ser dividida em “natural” ou “forçada”. A obsolescência de função “natural” ocorre em razão do avanço comum, inerente ao progresso do mercado de consumo.

As constantes pesquisas realizadas permitem o surgimento de novas tecnologias e, conseqüentemente, produtos mais avançados, com melhores funções e utilidades, que acabam por se tornarem mais úteis ao consumidor final. Trata-se, portanto, de algo natural, que ocorre conforme a sociedade, as pesquisas científicas e o mercado avançam.

Diversos exemplos podem ser citados nesse caso, como o avanço dos antigos telefones celulares que basicamente apenas realizavam ligações para os modernos *smartphones* que possuem inúmeras funções para facilitar o dia a dia dos consumidores, ou, como bem exemplifica Pedro Pavão (2009, *online*), ao considerar esse um bom tipo obsolescência, vez que proporciona benefícios aos consumidores, o caso em que um medicamento que produza muitos efeitos colaterais ruins ao organismo dos pacientes seja substituído por outro que não o faz.

Já no caso da obsolescência de função “forçada”, entra-se efetivamente no campo da obsolescência programada, visto que, nessa modalidade, o próprio fabricante atua para a diminuição do tempo de vida útil de um bem, programando, desde o momento de seu desenvolvimento, um prazo para que ele se desgaste ou simplesmente pare de funcionar, utilizando materiais menos resistentes ou com menor qualidade na fabricação do produto. Esse tipo de obsolescência é chamado de obsolescência física ou de qualidade.

Em relação a esse tipo de obsolescência, o documentário “Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada” (2010) traz o exemplo do surgimento do nylon, nos anos 1940, material altamente resistente para a fabricação de meias femininas que, no entanto, fazia com que os consumidores as utilizassem por muito tempo, prejudicando a venda desses produtos. Assim, os fornecedores optaram por retirar as meias resistentes da linha de produção e introduzir a fabricação de meias com materiais mais fracos, que rasgassem com maior facilidade, em uma clara utilização da técnica da obsolescência programada do tipo física ou de qualidade.

Outro caso relevante, e dessa vez mais atual, que pode ser citado para exemplificar esse tipo de obsolescência é o das baterias da marca americana *Apple*. Esse fabricante criou produtos que continham baterias que não podiam ser removidas pelo próprio consumidor e com uma capacidade de duração muito baixa, o que acabou por obrigar a troca dessas baterias pelos consumidores a preços bastante elevados junto ao fornecedor e em curto espaço de tempo, o que contribuía, também, para que muitas pessoas preferissem adquirir um novo produto, em vez de gastar um alto valor para substituir apenas a bateria. (KEEBLE, 2013, p. 13).

Conforme também retratado no documentário “Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada” (2010), quando do lançamento da primeira geração do *Ipod*, aparelho eletrônico da marca *Apple* utilizado para armazenamento e reprodução de músicas e vídeos, um artista americano desembolsou uma média de US\$ 500,00 por um desses aparelhos e cerca de 8 a 12 meses após a compra, a bateria do *Ipod* adquirido simplesmente deixou de funcionar. Ao entrar em contato com a assistência da marca, foi orientado a comprar um novo aparelho, pois essa era a política da empresa, que na época, sequer oferecia um serviço de substituição de baterias.

O caso ganhou grande repercussão na mídia americana e, inclusive, chegou a ser objeto de uma ação judicial coletiva, envolvendo diversos consumidores do *Ipod*, no qual se concluiu que as baterias desses aparelhos haviam sido propositalmente planejadas para durarem pouco.

Ademais, aliado a isso, os fornecedores podem atuar para que faltem peças de reposição no mercado para substituição e conserto do produto ou estabelecer que elas somente possam ser fornecidas pela própria marca ou por assistências técnicas autorizadas, determinando preços bastante elevados, incentivando os consumidores a substituir o produto em vez de consertá-lo. Nesse sentido, nas palavras de Hildeliza Cabral e Maria Helena Rodrigues (2011, p. 52):

[...] tornou-se excessivamente caro consertar um produto, já que os serviços apresentam um alto custo e as peças de reposição além de caras, muitas vezes são inexistentes, sendo mais viável a aquisição de outra mercadoria para substituir aquela que não estava completamente inútil, mas apenas ultrapassada ou necessitando de pequeno reparo, já que produzida para durar por um período curto de tempo.

Algumas outras práticas também podem ser incluídas no conceito de obsolescência programada de qualidade, como no caso de o fornecedor que já é detentor de uma tecnologia mais avançada para aplicação na melhoria do produto, mas não a lança no mercado em razão de ainda haver estoque do bem anterior e demanda por ele (COSTA, 2014, p. 234). Assim, o fabricante espera que os consumidores adquiram o produto anterior para somente depois lançar a nova tecnologia.

Dessa forma, o fornecedor acaba por impedir o acesso dos consumidores a produtos melhores, mais eficazes, mais práticos e mais úteis, lançando a nova tecnologia apenas quando lhe convém. Assim, os consumidores, sem conhecimentos sobre as inovações que o fabricante já tem disponível, acabam por adquirir produtos que eles não sabem, mas logo se tornarão obsoletos, uma vez que, após os consumidores adquirirem o produto anterior

e gerarem rendimentos, o fornecedor lançará no mercado a nova tecnologia que já tinha disponível, incentivando novamente a compra do bem.

É possível citar, ainda, em relação à obsolescência de qualidade, o caso, muito comum em relação a *smartphones* e computadores, em que o fornecedor realiza o lançamento constante de novos *softwares*, agindo propositalmente para que os produtos anteriores ao lançamento, mesmo em bom estado de conservação, sejam incompatíveis com os novos sistemas operacionais (FRANCO, 2014, p. 48), impedindo o acesso dos consumidores que adquiriram produtos antigos às funcionalidades proporcionadas pelo novo *software* com o intuito de torná-los obsoletos.

De fato, essa prática é muito usada atualmente pelos fornecedores. O sistema operacional *Android*, desenvolvido pela empresa *Google*, por exemplo, amplamente utilizado por diversas marcas de *smartphones*, lança atualizações com enorme frequência e, a cada nova atualização, diversos aparelhos ficam de fora da lista de compatibilidade, de modo que somente os consumidores que possuem produtos mais atuais conseguem fazer uso do novo *software* e de suas novas funcionalidades.

Por fim, destaca-se a obsolescência de desejabilidade ou de estilo. É muito comum na sociedade contemporânea observar pessoas substituírem produtos que estão em perfeito estado de uso simplesmente por estarem “fora de moda”. Essa é exatamente a estratégia usada pelos fornecedores no caso da obsolescência de desejabilidade ou de estilo: lançar no mercado, propositalmente, em curto espaço de tempo, bens com *design* mais inovador, ou pequenas modificações tecnológicas, no intuito de suscitar nos consumidores a ideia de que os produtos que possuem já estão obsoletos e do desejo pelo que é mais novo.

Realmente, trata-se de uma estratégia psicológica:

O último e mais complexo tipo de obsolescência é o da desejabilidade, ou “obsolescência psicológica”, que é quando se adotam mecanismos para mudar o estilo dos produtos como maneira de manipular os consumidores para irem repetidamente às compras. Trata-se, na verdade, de gastar o produto na mente das pessoas. Nesse sentido, os consumidores são levados a associar o novo com o melhor e o velho com o pior. O estilo e a aparência das coisas tornam-se importantes como iscas ao consumidor, que passa a desejar o novo. É o *design* que dá a ilusão de mudança por meio da criação de um *estilo*. Essa obsolescência pode ser também conhecida como “obsolescência percebida”, que faz o consumidor se sentir desconfortável ao utilizar um produto que se tornou ultrapassado por causa do novo estilo dos novos modelos. (PADILHA; BONIFÁCIO, 2013).

Dessa forma, em todos os tipos de obsolescência programada adotados pelos fornecedores, a publicidade e o marketing possuem importante participação, mas especialmente na obsolescência de estilo ou de desejabilidade eles são imprescindíveis para

transmitir aos consumidores essa ideia de desejo pelo novo e pelo mais moderno, em detrimento do que é antigo, mesmo que ainda esteja em pleno funcionamento.

Dois exemplos da aplicação dessa técnica de obsolescência programada são os *smartphones* e os automóveis. Os carros são bens de consumo que tendem a durar muitos anos (apesar de também poderem ser objetos da obsolescência programada de qualidade, de modo que o fabricante imponha um prazo para que alguns componentes apresentem mal funcionamento), mas a indústria automobilística, a cada ano, modifica a aparência dos automóveis e por vezes inserem algumas pequenas funcionalidades a mais, no intuito de fazer com que pareçam mais modernos e, portanto, mais atrativos aos consumidores.

Em relação aos *smartphones*, salienta Daniel Keeble (2013, p. 16-17) que a indústria da telefonia móvel, atualmente, é umas das que mais se utiliza da obsolescência programada de estilo ou de desejabilidade, sendo a *Apple* a empresa líder no uso dessa prática comercial. De fato, prossegue Keeble destacando que a empresa trabalha para desenvolver *smartphones* que se tornem ícones *fashion*, desejados por todos aqueles que querem estar integrados nas mais novas tendências e já conseguiu criar um grande mercado de consumidores e verdadeiros fãs da marca que tendem a sempre adquirir os mais novos lançamentos da *Apple*, por acreditarem que nada se compara a eles.

Assim, os *smartphones* desenvolvidos pela empresa, chamados de *Iphones*, a cada ano são atualizados, muitas vezes com mudanças pouco relevantes, mas sempre acabam se tornando grandes sucessos de vendas, pelo fato de terem sido transformados em verdadeiras expressões de *status* social e de moda.

Nesse contexto, para melhor ilustrar a incidência da obsolescência programada no Brasil e a utilização de diversas das técnicas ora mencionadas pelos fornecedores, destaca-se uma pesquisa desenvolvida pelo PROTESTE – Associação Brasileira de Defesa do Consumidor, que constatou que cerca de 45% de bens eletrônicos e eletrodomésticos adquiridos no País apresentam algum tipo de defeito antes de completarem dois anos de utilização. Além disso, o mesmo estudo verificou que 74% dos consumidores preferiam comprar um novo aparelho em vez de acionar a assistência técnica em caso de defeito em seus bens (PRÔA, et al, 2014, p. 26-28).

Ademais, dentre os consumidores entrevistados que efetivamente levaram seus produtos nas assistências técnicas para reparos, observou-se que diversos foram os motivos para não terem realizado o conserto, sendo os mais relevantes: os altos preços cobrados pelas assistências técnicas (81% dos entrevistados), o tempo para conserto era muito longo (25%

dos entrevistados) ou faltavam peças para reposição (7% dos entrevistados) (PRÔA, et al, 2014, p. 26-28).

Dessa forma, a pesquisa ajuda a visualizar, de forma mais concreta, a presença da prática da obsolescência programada no Brasil, de modo que os produtos, em especial eletrônicos e eletrodomésticos, em grande parte duram por um curto período de tempo, demonstrando a existência da obsolescência programada de qualidade. Além disso, são utilizadas pelos fornecedores algumas das outras técnicas ora mencionadas no sentido de incentivar a compra de novos bens, tais como os altos preços para conserto, e a falta de peças de reposição no mercado.

### **4.3 O caráter abusivo da prática da obsolescência programada ante o sistema de proteção ao consumidor no Brasil**

Todas as práticas que caracterizam a obsolescência programada ora analisadas são constantemente aplicadas pelos fornecedores de bens de consumo no mercado atual, com o objetivo de proporcionar maiores lucros e contribuindo fortemente para o incentivo do consumo desenfreado, para o superendividamento de consumidores e para a valorização do material em detrimento de outros valores, se utilizando de técnicas ardilosas, das quais os consumidores raramente têm conhecimento, de modo que podem e devem ser questionadas sob o ponto de vista da proteção ao consumidor no Brasil.

Observa-se que essas práticas mencionadas, apesar de não estarem expressamente discriminadas no Código de Defesa do Consumidor, vão de encontro a diversos princípios e fundamentos do sistema de proteção ao consumidor instituído no Brasil, de modo que podem ser consideradas abusivas pelo CDC, sendo, portanto, vedadas e passíveis de reparação por danos caso praticadas pelos fornecedores.

De fato, conforme salienta Maria Carolina de Melo Santos (2017, p. 51):

[...] é patente o enquadramento da obsolescência no âmbito das práticas consideradas abusivas pelo CDC, em que pese a ausência de dispositivo específico em relação ao tema. Tais práticas representam uma verdadeira dissonância da conduta do fornecedor com o que prima a lei consumerista, caminhando arreadas aos princípios tutelados pelo ordenamento.

Nesse sentido, as técnicas utilizadas para a concretização da chamada obsolescência programada, como já caracterizadas e exemplificadas neste trabalho, atentam contra os princípios do CDC, em especial, contra os princípios da transparência ou da confiança, da boa-fé objetiva, da informação e da equidade.

Resta claro que a obsolescência programada de qualidade contraria os princípios da transparência ou da confiança e o dever informação dos fornecedores, visto que os fabricantes, ao alterarem propositalmente a estrutura física de um produto, objetivando que ele apresente defeito ou pare de funcionar em curto espaço de tempo, obviamente não repassam essa informação de maneira clara e precisa aos consumidores, ao contrário, agem arditosamente com o intuito de levar o consumidor a erro no momento de adquirir o bem (SANTOS, 2017, p. 51-52).

O consumidor não tem ideia, na maioria das vezes, de que os materiais empregados naquele produto são menos resistentes ou de baixa qualidade e de que o fornecedor propositalmente fez uso desses materiais planejando que o bem dure pouco. Ora, a falta de informação ao consumidor e de lealdade perante a relação de consumo são inerentes à prática da obsolescência programada de qualidade, uma vez que o consumidor, muito provavelmente, não iria adquirir um produto se tivesse plena consciência de que, em um curto espaço de tempo, ele iria apresentar algum defeito ou simplesmente parar de funcionar.

Assim, o desrespeito a esses princípios acaba privando o consumidor de fazer escolhas conscientes no momento de adquirir produtos, tendo suas expectativas posteriormente frustradas, o que demonstra a abusividade da prática.

Ademais, os fornecedores, ao agirem para que estejam ausentes no mercado as peças de reposição para conserto dos produtos defeituosos, com o intuito de incentivar a compra de novo bem pelos consumidores, além de também violarem os princípios fundamentais do CDC, contrariam expressamente o artigo 32, *caput* e parágrafo único (BRASIL, Lei nº 8.028, 1990), constantes no capítulo relativo às práticas comerciais desse código, que assim dispõem:

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Dessa forma, ao violar expressamente uma norma do CDC, bem como os princípios da confiança e da boa-fé objetiva, essa técnica, aplicada no âmbito da obsolescência programada, também pode ser considerada como abusiva e, portanto, gerar a responsabilização do fornecedor. Assim, mostra-se clara a abusividade da conduta uma vez que os consumidores ficam dependentes da vontade dos fornecedores em disponibilizar as peças de reposição no mercado para o conserto dos produtos bem como os fabricantes, muitas

vezes, estabelecem preços altíssimos para essas peças, inviabilizando a reparação do bem e incentivando a compra de um novo.

Assim, conforme salienta Felipe Peixoto Braga Netto (2014, p. 294), da boa-fé objetiva decorre a chamada eficácia pós-contratual e diversos deveres anexos (que também foram mencionados anteriormente neste trabalho), dentre eles está o de garantir ao consumidor, por certo período razoável de tempo, que ele poderá continuar utilizando normalmente aquele produto, mesmo que apresente algum defeito, pois poderá ser consertado, assegurando, portanto, suas legítimas expectativas que estavam presentes no momento em que adquiriu o bem, o que não é respeitado pela prática da obsolescência programada utilizada pelos fornecedores.

Dessa forma, muitos tribunais brasileiros têm entendido no sentido de que cabe indenização pelo fornecedor no caso de ausência de peças no mercado que acarrete a impossibilidade de continuação do uso do produto, conforme exemplifica o seguinte acórdão do Tribunal de Justiça de Pernambuco, Apelação Cível nº 3130234, julgada no ano de 2016, em um caso muito comum de ausência de peças em relação a automóveis e grande demora no conserto decorrente disso:

RELAÇÃO CONSUMERISTA. LEGITIMIDADE PASSIVA DE AMBAS AS FORNECEDORAS DO SERVIÇO. LEGITIMIDADE ATIVA DO PROPRIETÁRIO E DA TITULAR DO SEGURO CONTRATADO. **CONserto DE VEÍCULO. DEMORA EXCESSIVA. FALTA DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO. ABUSIVIDADE. DANOS MATERIAL E MORAL.** CONFIGURAÇÃO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA E SOLIDÁRIA DA CONCESSIONÁRIA E DA FABRICANTE. VALOR INDENIZATÓRIO. MANUTENÇÃO. CABIMENTO. ERRO MATERIAL DECOTADO DA CONDENAÇÃO. SUCUMBÊNCIA RECÍPROCA. PROPORCIONALIDADE. RECURSOS PARCIALMENTE PROVIDOS. [...] 3 - **Inconteste a demora da conclusão dos serviços de reparo do veículo pela oficina da concessionária RIVOLI, ante a falta de peças de reposição no mercado fabricadas pela PEUGEOT, tendo sido noticiado pelos recorridos, inclusive, que ao ser resgatado o veículo do conserto, mais de 05 (cinco) meses após o ingresso na oficina, este continuou a apresentar os mesmos defeitos anteriormente diagnosticados. A obtenção de informações claras sobre os produtos e serviços oferecidos no mercado de consumo é direito básico do consumidor (CDC, Art. 6º, III), assim como a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar fabricação ou importação dos produtos (CDC, Art. 32). Na sistemática do Código de Defesa do Consumidor, a conduta do fornecedor de disponibilizar o produto (peça a ser repostada) ao seu exclusivo critério é considerada abusiva (CDC, Art. 39, XII), afigurando-se como tal no caso em apreço, em que o consumidor permaneceu sob o alvedrio de meras evasivas quanto ao efetivo cumprimento da obrigação.** O simples fato da necessidade de sucessivas vistorias e autorizações por parte da seguradora para a liberação dos reparos não tem o condão de justificar o retardo na prestação do serviço, somente vindo a reforçar a tese de prolongamento das diligências necessárias ao conserto do veículo, conseqüência da dificuldade de obtenção das peças originais de reposição fabricadas pela PEGEOUT e solicitadas pela RIVOLI. [...] (BRASIL. Tribunal de Justiça de Pernambuco. Apelação Cível nº 3130234. 2ª Câmara Cível. Relator Des. Alberto Nogueira Virgínio. Data de julgamento: 16/03/2016. DJe: 08/04/2016, grifou-se).

Já em relação à obsolescência de desejabilidade ou de estilo, a abusividade da conduta dos fornecedores também está presente, visto que se prevalecem da ignorância do consumidor, por meio de estímulos abusivos, principalmente marketing e publicidade, para penetrar no psicológico do consumidor e influenciá-lo a adquirir novos produtos, mesmo que possuam apenas meras mudanças de *design* e mesmo que seus bens anteriores ainda estejam em bom funcionamento (SANTOS, 2017, p. 54).

Desse modo, é possível, inclusive, perceber que essa prática consegue ser encaixada dentro o próprio rol exemplificativo trazido pelo artigo 39 do CDC, já mencionado neste trabalho, que dispõe, em seu inciso IV, ser considerada prática abusiva vedada aos fornecedores a conduta de prevalecer-se da falta de conhecimento do consumidor para “empurrar-lhe” produtos (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990).

Cabe ressaltar, ainda, que a contrariedade ao princípio da boa-fé é patente em todas as formas de manifestação da obsolescência programada, seja na obsolescência de qualidade ou de desejabilidade. Considera-se que esse princípio implica no dever, no âmbito da relação contratual, de agir com lealdade, honestidade e ética, prezando pela cooperação recíproca entre as partes, criando deveres anexos e servindo como orientação para a interpretação de casos concretos, sempre com foco na natureza do negócio e na finalidade pretendida pelas partes da relação jurídica (COSTA, 2011, p. 146).

Dessa forma, claramente não se vislumbra o respeito ao princípio da boa-fé objetiva na prática da obsolescência programada, vez que os fornecedores visam justamente a ludibriar os consumidores em relação à vida útil dos produtos adquiridos, seja empregando materiais ruins para que apresentem defeito em curto espaço de tempo, seja propositalmente deixando de fornecer peças de reposição para conserto dos bens ou seja modificando apenas o *design* de um produto que não apresenta qualquer melhoria significativa apelando ao marketing para influenciar psicologicamente o consumo.

Além disso, conforme salienta Bruno Miragem (2009, p. 241), a abusividade das condutas praticadas pelos fornecedores se caracteriza quando estes agem para levar vantagem em relação à situação de vulnerabilidade inerente aos consumidores.

Assim, percebe-se que os consumidores necessitam de proteção contra a prática comercial abusiva da obsolescência programada

[...] tanto em razão da sua vulnerabilidade, e da agressiva publicidade das indústrias, que, satisfazendo os anseios da obsolescência programada, impulsiona-o a buscar sempre novos produtos, que possuam maior desempenho, ou que sejam mais envolventes, com um design mais atual, ou meramente porque a nova geração é visualmente mais atraente que a antiga, fazendo com que o consumidor conserve um

sentimento constante de frustração e insatisfação, ameaçando, assim, o princípio da confiança. (CABRAL; RODRIGUES, 2011, p. 53).

Nesse contexto, pelo que foi exposto, percebe-se que o consumidor já é considerado a parte mais fraca da relação de consumo pelo sistema de proteção ao consumidor do CDC e no que diz respeito à obsolescência programada resta inegável sua vulnerabilidade, necessitando de proteção contra essa prática abusiva.

Essa vulnerabilidade, da qual os fornecedores se aproveitam para obterem maior lucro, diz respeito à satisfação do consumidor, tendo em vista que, ao adquirir determinado produto, o consumidor acredita que o mesmo irá satisfazer plenamente sua necessidade, de modo que os fornecedores, ao encurtarem propositalmente a vida útil do bem adquirido, estão contribuindo para que o consumidor seja lesado na sua legítima expectativa em relação ao bem de consumo (BAGGIO; MANCIA, 2008, p. 1752), o que contraria, como já mencionado, o princípio da boa-fé objetiva nas relações de consumo.

Realmente claro o agravamento da vulnerabilidade do consumidor diante da prática da obsolescência programada, vulnerabilidade essa que atinge aspectos técnicos, jurídicos, socioeconômicos e informacionais em razão do desconhecimento das características verdadeiras dos produtos presentes no mercado, além do fato de os fornecedores se utilizarem, em certos casos, de manipulação psicológica e emocional para incentivar a aquisição de novos produtos pelos consumidores (SANTOS, 2017, p. 55-56).

É necessário ressaltar que, apesar de o artigo 12, §2º do Código de Defesa do Consumidor dispor que um produto não será considerado defeituoso caso um de melhor qualidade seja colocado no mercado (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990), em respeito à livre-iniciativa constitucionalmente garantida aos fornecedores, esse dispositivo não retira da prática da obsolescência programada seu caráter de abusividade.

De fato, tendo em vista que o ordenamento jurídico brasileiro está pautado nos ditames da livre iniciativa, os fornecedores têm o direito garantido de atuar em prol do aumento de seus rendimentos e da sua permanência competitiva no mercado, de modo que a prática da obsolescência programada acaba se tornando difícil de identificar (FRANCO, 2014, p. 52).

Realmente, o progresso natural do mercado de consumo, com o advento de novas tecnologias, fazendo surgir produtos inovadores, constitui atividade lícita e necessária para o próprio avanço da sociedade.

No entanto, a obsolescência programada não se trata de técnica utilizada em prol desse progresso natural, sendo cada vez mais adotada pelos fornecedores como estratégia de

mercado e constituindo verdadeiramente um abuso desse direito garantido de livre iniciativa, ultrapassando os limites da licitude das práticas comerciais, de modo a se aproveitar da vulnerabilidade dos consumidores, contrariando os princípios da boa-fé objetiva, da transparência e da informação que orientam o Código de Defesa do Consumidor no Brasil.

Nesse sentido, o art. 51, inciso IV e § 1º do CDC, embora sejam dispositivos que tratem de cláusulas contratuais abusivas, demonstram o verdadeiro espírito do sistema de proteção ao consumidor, podendo o sentido ser aplicado às práticas comerciais, vez que dispõem serem abusivas as cláusulas que coloquem o consumidor em grande desvantagem na relação de consumo ou que estabelecem vantagens ao fornecedor que se mostrem bastante onerosas para o consumidor (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990), o que também é vedado em relação às práticas comerciais, sendo consideradas abusivas aquelas que se aproveitam da vulnerabilidade do consumidor e o põe em manifesta desvantagem na relação jurídica de consumo, em respeito ao princípio da equidade, que também orienta o CDC.

Por tudo quanto foi exposto, observa-se que a obsolescência programada se trata de uma prática comercial abusiva e, como tal, é vedada pelo Código de Defesa do Consumidor. No entanto, sua grande incidência no atual mercado de consumo e o fato de, muitas vezes, ser a sua prática de difícil identificação contribui para que um enorme número de consumidores acabe sendo bastante prejudicado.

Além da dificuldade de identificar que um produto teve sua vida útil propositalmente manipulada pelo fornecedor, no Brasil são muito poucos os precedentes judiciais envolvendo esse assunto, dada também à falta de conhecimento em relação ao tema.

Observa-se que, no Recurso Cível nº 71004479119, julgado pela 1ª Turma Recursal Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, o fornecedor foi condenado à reparação de danos em razão do lançamento de *software* incompatível com o aparelho *smartphone* do consumidor requerente, que o impedia de acessar diversas funcionalidades, inclusive o popular aplicativo de mensagens *whatsapp*, reconhecendo o órgão julgador que, por artifício do fabricante, o produto havia se tornado imprestável (RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Recurso Cível 71004479119. Primeira Turma Recursal Cível. Relator Des. Lucas Maltez Kachny. Data de julgamento: 22/04/2014. DJe: 24/04/2014).

Ressalta-se que, apesar de a prática claramente caracterizar a obsolescência programada, tendo em vista os conceitos e exemplos já trazidos neste trabalho, o órgão julgador sequer faz menção a ela, apenas reconhecendo a existência do vício, o que evidencia o pouco conhecimento em relação à matéria no âmbito do ordenamento jurídico nacional.

Salienta-se que, apesar de haver diferença entre vício de qualidade e a prática da obsolescência programada, é comum observar que muitas jurisprudências aplicam os artigos relativos aos vícios de qualidade presentes no CDC para casos em que se mostra presente a obsolescência programada, em razão de haver grande relação entre eles e em razão, conforme aduzido, da difícil identificação dessa prática. Assim, usualmente aplica-se o artigo. 18 § 1º do CDC (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990) que propõe três opções ao consumidor em caso de o fornecedor não sanar o vício do produto no prazo de 30 dias, nos seguintes termos:

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

Nesse sentido, um dos poucos precedentes judiciais existentes no Brasil sobre obsolescência programada, em que há efetiva menção a essa prática, surgiu no âmbito do STJ, com relatório do Ministro Luís Felipe Salomão. O Recurso Especial nº 984.106, julgado em 2012, trata de um caso envolvendo um fornecedor de tratores que estava realizando cobrança do consumidor por consertos no produto, alegando que o prazo de garantia já havia expirado, no entanto, ficou constatado que os defeitos apresentados pelo trator não decorriam de mau uso ou de desgaste natural, mas o produto teria sido propositalmente projetado para durar pouco, tendo em vista que possuía cerca de três anos de uso, quando um trator em boas condições tem vida útil de aproximadamente 10 a 12 anos (RODAS, 2015, *online*).

Dessa forma, o referido Ministro menciona expressamente em seu voto, que foi seguido pelos demais ministros da 4ª Turma do STJ, a existência da prática da obsolescência programada, intensificada na atual sociedade de consumo, trazendo seu conceito e exemplos. Assim entendeu que, independentemente do prazo contratual de garantia, o fornecimento de produto com a vida útil propositalmente reduzida atenta contra o princípio da boa-fé objetiva e da informação, concluindo, por fim, pelo desprovimento do recurso do fabricante de tratores, em razão da existência de vício oculto, configurando defeito de adequação nos

termos do artigo 18 do CDC (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 984.106/SC. 4ª Turma. Relator Ministro Luis Felipe Salomão. Data de julgamento: 04/10/2012. DJe: 20/11/2012).

Resta claro, dessa forma, que essa prática merece ser melhor combatida. Realmente, em que pese a obsolescência programada ser contrária aos princípios fundamentais do CDC, o que já contribui para que seja combatida como prática abusiva, faz-se necessário uma melhor regulamentação quanto a essa prática no sentido de melhor coibi-la (DUMKE, 2016, *online*).

Dentre os principais defensores desse entendimento está o próprio Ministro do Superior Tribunal de Justiça, Luís Felipe Salomão, que defende a punição de fornecedores que se utilizarem de técnicas de obsolescência programada. Salienta o Ministro que, apesar de ser um assunto de grande relevância para a atual sociedade, há bastante dificuldade de identificar a prática da obsolescência programada no caso concreto, bem como existem poucas fontes de literatura e pesquisa em relação a ela. Ainda no entendimento do Ministro, a coibição da obsolescência programada deve encontrar um equilíbrio, não proibindo o avanço tecnológico em nossa sociedade, nem a evolução inerente a um regime capitalista, mas buscando, em meio a isso, garantir a proteção aos direitos do consumidor (RODAS, 2015, *online*).

Nesse sentido, entre as propostas do Ministro Luís Felipe Salomão para a reforma do CDC no sentido de melhor combater a prática da obsolescência programada estão a inclusão de norma expressamente acrescentando a obsolescência programada ao rol das práticas abusivas; a inclusão de dispositivo prevendo a responsabilização de fornecedores de bens duráveis levando em conta o prazo de vida útil; a obrigação de os fornecedores informarem a expectativa de vida útil do produto ou número de vezes que poderá ser utilizado; a previsão legal ou infralegal da aplicação de multas administrativas caso fique comprovada a prática da obsolescência programada pelos fornecedores; regulamentação oficial por órgãos responsáveis sobre a expectativa de vida útil de determinados produtos como eletroeletrônicos e da indústria automotiva (RODAS, 2015, *online*).

São válidas, portanto, as considerações do Ministro, principalmente no que concerne ao equilíbrio entre a proteção ao consumidor e o avanço tecnológico no mercado de consumo, de modo que toda e qualquer proposta no sentido de criar dispositivos específicos ao combate à obsolescência programada deve ser muito bem analisada também do ponto de vista da viabilidade da iniciativa privada, tendo em vista, ainda, que a evolução tecnológica é de extrema importância para a sociedade:

[...] é necessário que se entenda que a proteção do consumidor anda de mãos dadas com fomento à atividade privada, tanto na indústria quanto no comércio. Posicionamentos radicais na defesa dos direitos dos consumidores podem dar a aparência de que cooperam em favor destes, quando na verdade os prejudicam de forma indireta. O consumo só existe enquanto houve algo para ser consumido. Sem produtos e sem comércio não há consumidor, mas é preciso haver equilíbrio e os abusos precisam ser combatidos. (VASCONCELOS; LUNA, 2017, p. 173).

Destaca-se que, além de outras medidas que podem ser tomadas no sentido de combater a obsolescência programada, a exigência do cumprimento do dever de fornecer informações claras e precisas ao consumidor é uma das principais chaves para a problemática apresentada neste trabalho.

Realmente, ao receber informações corretas, claras, específicas e precisas o consumidor “[...] terá aumentada sua capacidade de defesa contra as más práticas no mercado, podendo questionar a conduta dos fornecedores e exigir a adoção de práticas menos enganosas” (CABRAL; RODRIGUES, 2011, p. 53), tendo ainda melhor consciência das escolhas que fará em relação à aquisição de produtos.

De fato, tendo plena consciência das características daquilo que estão adquirindo, os consumidores podem se proteger de forma mais efetiva contra eventuais práticas abusivas, por exemplo, deixando de adquirir produtos de determinados fornecedores ou buscando assistência de órgãos de proteção ao consumidor e até mesmo do próprio poder judiciário.

Nesse sentido, os órgãos técnicos possuem grande relevância na atuação em prol do consumidor, visto que, conforme salienta José Reinaldo de Lima Lopes (1992, p. 49), os consumidores não possuem, em geral, conhecimentos específicos sobre os produtos, não podendo avaliar corretamente o que adquirem, daí a necessidade da atuação de laboratórios e institutos de pesquisa, vez que possuem maior capacidade de conhecimento em relação aos bens, em nível compatível ao dos fornecedores.

No Brasil, o Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Sinmetro), composto pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) e pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro), são órgãos que podem ajudar nessa questão.

Destaca-se que esses órgãos já possuem atuação no sentido de melhor proteger os consumidores em relação à qualidade dos produtos, tendo em vista o advento da Lei nº 9.933/99, que estabelece as competências do Inmetro e do Conmetro, prevendo a necessidade de os fornecedores observarem critérios mínimos de qualidade, bem como a de combater as práticas enganosas no comércio em seu artigo 1º (FRANCO, 2014, p. 57).

No entanto, uma ampliação da cooperação desses órgãos pode apresentar grande avanço no sentido de proteger os consumidores em relação à obsolescência programada, de modo a prestar informações específicas sobre os produtos e até mesmo fiscalizar o correto fornecimento de informações pelos produtores.

Por tudo quanto foi exposto, é possível concluir, ainda, que obsolescência programada viola não só os princípios norteadores do CDC, mas também direitos e valores constitucionalmente consagrados, tais como a autonomia da vontade, a livre iniciativa, a função social da propriedade e a própria defesa do consumidor, carecendo de um combate mais estratégico e expressivo na sociedade brasileira.

Assim, observa-se que, apesar de a obsolescência programada violar diversos princípios da própria Constituição Federal e do Código de Defesa do Consumidor, o que por si só já a caracteriza como prática abusiva vedada, sua utilização é bastante recorrente e seu combate no Brasil ainda é precário, sendo necessário que a legislação brasileira seja atualizada no sentido de criar soluções inovadoras, com o auxílio da atuação de órgãos técnicos, para a prevenção e coibição da prática da obsolescência programada que prejudica o consumidor, mas também atentas às necessidades do mercado e da própria sociedade, visto que os avanços tecnológicos são essenciais para a sobrevivência e prosperidade humana.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que o sistema de proteção ao consumidor instituído no Brasil tem grande contribuição na defesa dos direitos dos consumidores no âmbito das relações de consumo.

Na sociedade de consumo contemporânea, no entanto, inserida no contexto do capitalismo, fortemente orientada por uma cultura de aumento do acesso aos bens de mercado, onde os fornecedores fazem de tudo para a obtenção de grandes rendimentos, torna-se cada vez mais comum a utilização de práticas comerciais que contrariam diversos princípios fundamentais do CDC, em especial o princípio básico da boa-fé objetiva nas relações consumeristas.

Nesse contexto, observa-se que a obsolescência programada, consistente na diminuição da vida útil dos produtos pelos fornecedores, pode ser manifestada por meio de diversas técnicas, tais como propositalmente projetar um produto para que ele apresente defeitos ou pare de funcionar em curto período de tempo, deixar de fornecer peças de reposição ou atuar de modo “psicológico” no sentido de incentivar a rápida troca de bens, mesmo quando o produto ainda está em pleno funcionamento.

O presente estudo permite compreender essa prática, como ela se manifesta no mercado de consumo e por quais motivos ela pode ser considerada abusiva em relação ao sistema de proteção ao consumidor instituído no Brasil. De fato, demonstra-se que a obsolescência programada fere os princípios da informação, da confiança, da boa-fé objetiva e da equidade, norteadores do CDC, além de violar princípios constitucionais, restando o consumidor bastante prejudicado na relação de consumo, tendo sua vulnerabilidade agravada.

Ademais, verifica-se que o tema ainda é pouco difundido no âmbito do ordenamento jurídico brasileiro, não havendo dispositivos específicos no Código de Defesa do Consumidor, bem como existindo escassos precedentes judiciais, motivo pelo qual é necessária uma melhor regulamentação dessa prática no sentido de preveni-la e combatê-la. Nesse sentido, são apresentados alguns entendimentos do Ministro do STJ, Luís Felipe Salomão, em relação à coibição da obsolescência programada, ressaltando-se a necessidade de preservar o crescimento econômico.

Por fim, resta claro que a problemática apresentada é bastante complexa e necessita de soluções que possam manter o equilíbrio entre a prosperidade e o avanço do mercado de consumo e a proteção ao consumidor, visto que isso é benéfico e até mesmo necessário tanto para fornecedores quanto para consumidores.

Demonstra-se, portanto, que a prestação de informações claras, corretas, precisas e congruentes aos consumidores é a chave para buscar solucionar o problema da prática da obsolescência programada, visto que permite que o consumidor possa fazer escolhas de modo mais consciente, podendo, inclusive, se proteger de modo mais efetivo contra eventuais abusos de direito dos fornecedores. Nesse ínterim, observa-se que a ampliação da participação e cooperação de órgãos técnicos no sentido de melhor informar os consumidores e até mesmo fiscalizar o fornecimento de informações pelos fornecedores pode ajudar de forma mais efetiva nessa questão.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Francisco. **Direito Civil**: introdução. 6ª ed. Rio de Janeiro: Renovar. 2006. 672 p.
- BAGGIO, Andreza Cristina; MANCIA, Karin Cristina Bório. A proteção do consumidor e o consumo sustentável: análise jurídica da extensão da durabilidade dos produtos e o atendimento ao princípio da confiança. *In*: XVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI. Brasília. **Anais...** Florianópolis: Fundação Boiteux. 2008. p. 1741 – 1759. Disponível em: <[https://s3.amazonaws.com/conpedi2/anteriores/XVII+Congresso+Nacional++Bras%C3%A9lia+\(20%2C+21+e+22+de+novembro+de+2008\).pdf](https://s3.amazonaws.com/conpedi2/anteriores/XVII+Congresso+Nacional++Bras%C3%A9lia+(20%2C+21+e+22+de+novembro+de+2008).pdf)>. Acesso em: 04 de setembro de 2017.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. 1ª ed. Lisboa: Edições 70, 2007. 350 p.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. 200 p.
- BELLANDI, Daniel; AUGUSTIN, Sérgio. Obsolescência programada, consumismo e sociedade de consumo: uma crítica ao pensamento econômico. *In*: XXIV Encontro Nacional do CONPEDI - UFS. Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo. Aracaju. **Anais...** Florianópolis: CONPEDI. 2015, p. 512-529. Disponível em: <<https://www.conpedi.org.br/publicacoes/c178h0tg/i9jl1a02/WQM34KU694IWz9h9.pdf>>. Acesso em: 21 de agosto de 2017.
- BRASIL. **Ato das Disposições Constitucionais Transitórias**, de 5 de outubro de 1988. Diário Oficial da União, 5 out. 1988. Disponível em <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/conadc/1988/constituicao.adct-1988-5-outubro-1988-322234-publicacaooriginal-1-pl.html>>. Acesso em: 12 de agosto de 2017.
- \_\_\_\_\_. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>. Acesso em: 12 de agosto de 2017.
- \_\_\_\_\_. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Código Civil**. Diário Oficial da União, 11 jan. 2002. Brasília. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 19 de agosto de 2017.
- \_\_\_\_\_. **Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014**. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Diário Oficial da União, 24 abr. 2014. Brasília. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm)>. Acesso em: 30 de outubro de 2017.
- \_\_\_\_\_. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor**. Diário Oficial da União, 12 set. 1990. Brasília. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 09 de agosto de 2017.
- \_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Agravo Regimental no Recurso Especial nº 1.321.083/PR**. Relator Ministro Paulo de Tarso Sanseverino. Terceira Turma. Data de julgamento: 09 set. 2014 Data de publicação: 25 set. 2014. Disponível em: <

<https://www.jusbrasil.com.br/diarios/documentos/141384194/agrg-no-recurso-especial-n-1321083-pr-do-stj> >. Acesso em: 09 de agosto de 2017

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 586.316/MG**. Relator Ministro Herman Benjamin. Segunda Turma. Data de julgamento: 17 abr. 2007. Data de Publicação: 19 mar. 2009. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/4092403/recurso-especial-resp-586316>>. Acesso em: 15 de agosto de 2017.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 1.539.165/MG**. Relator Ministro Humberto Martins. Segunda Turma. Data de julgamento: 23 ago. 2016. Data de Publicação: 16 nov. 2016. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=64526484&num\\_registro=201501466853&data=20161116&tipo=5&formato=PDF](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=64526484&num_registro=201501466853&data=20161116&tipo=5&formato=PDF)>. Acesso em: 20 de agosto de 2017.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 984.106/SC**. 4ª Turma. Relator Ministro Luis Felipe Salomão. Data de julgamento: 04 out. 2012. Data de Publicação: 20 nov. 2012. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1182088&num\\_registro=200702079153&data=20121120&formato=PDF](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1182088&num_registro=200702079153&data=20121120&formato=PDF)>. Acesso em: 04 de setembro de 2017.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula nº 297**. Data de Publicação: 08 set. 2004. Disponível em: <[https://ww2.stj.jus.br/docs\\_internet/revista/electronica/stj-revista-sumulas-2011\\_23\\_capSumula297.pdf](https://ww2.stj.jus.br/docs_internet/revista/electronica/stj-revista-sumulas-2011_23_capSumula297.pdf)>. Acesso em: 17 de agosto de 2017.

CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor. **Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**. Porto Alegre: Magister, vol. 7, nº 42, dez. 2011/jan. 2012, p. 35-58.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010, 381 p.

\_\_\_\_\_. **Programa de Responsabilidade do Civil**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2012, 594 p.

**Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada**. Direção: Cosima Dannoritzer. Produção: Davina Breillet. Espanha/França, 2010 (52 min). Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAo&feature=player\\_embedded](https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAo&feature=player_embedded)>. Acesso em: 24 de agosto de 2017.

CONCEIÇÃO, Joelma Telese Pacheco; CONCEIÇÃO, Márcio Magera; ARAÚJO, Paulo Sérgio Lopes de. Obsolescência programada: tecnologia a serviço do capital. **Revista INOVAE – Journal of Engineering and Technology Innovation**. São Paulo: INOVAE, vol. 2, n. 1, jan/abr, 2014, p. 90 -105.

COSTA, Ícaro Oliveira. A responsabilidade civil dos fornecedores de bens de consumo duráveis diante da prática da obsolescência programada. In: SILVA, Joseane Suzart Lopes da Silva e CERQUEIRA, Alane Silva de (Coord.) **Proteção do consumidor diante dos**

**problemas dos produtos e serviços:** o que fazer quando quebram ou deixam de funcionar as coisas? Salvador: Paginoe, 2014, p. 229-277.

COSTA, Judith H. Martins. A incidência do princípio boa fé no período pré-negocial: reflexões em torno de uma notícia jornalística. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais. n. 4. out./dez. 1992, p.140-172.

DANTAS JÚNIOR, Aldemiro Rezende. **A teoria dos atos próprios:** elementos de identificação e cotejo com institutos assemelhados. São Paulo. 2006. Tese (Doutorado em Direito Civil) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Disponível em: <<https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/7328/1/DIR%20-%20Aldemiro%20Rezende%20Dantas%20Jr.pdf>>. Acesso em: 18 de outubro de 2017.

DELGADO, José Augusto. Interpretação dos contratos regulados pelo Código de Proteção ao Consumidor. **Informativo Jurídico da Biblioteca Oscar Saraiva**. Vol. 8. nº 2. 1996 p. 79-179 Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/publicacaoinstitucional////index.php/informativo/article/view/307/271>>. Acesso em: 17 de agosto de 2017.

DINIZ, Maria Helena. **Compêndio de Introdução à Ciência do Direito**. 21ª ed. São Paulo: Saraiva. 2010. 595 p.

DUMKE, Roberto. **Obsolescência programada deve ser normatizada, afirmam especialistas**. 10 fev. 2016. Disponível em: <<http://www.demarest.com.br/pt-br/publicacoes/demarestnews-obsolescenciaprogramadadevesernormatizada>> Acesso em: 12 de setembro de 2017.

FERREIRA, Keila Pacheco. **Abuso do direito nas relações obrigacionais**. Belo Horizonte: Del Rey. 2006, 280 p.

FRANCO, Cristiano de Moraes. **A vulnerabilidade do consumidor ante a prática da obsolescência programada**. Porto Alegre. 2014. **Monografia** (Especialização em Direito) – Curso de Especialização em Direito do Consumidor e Direitos Fundamentais, Programa de Pós-Graduação em Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/129626/000975723.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 09 de agosto de 2017.

FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. **Revista do Instituto do Direito Brasileiro**. Lisboa, ano I, nº 10, 2012. p. 6034-6053. Disponível em: <[http://www.cidp.pt/publicacoes/revistas/ridb/2012/10/2012\\_10\\_6033\\_6053.pdf](http://www.cidp.pt/publicacoes/revistas/ridb/2012/10/2012_10_6033_6053.pdf)>. Acesso em: 15 de agosto de 2017.

GIANCOLI, Bruno Pandori; ARAUJO JUNIOR, Marco Antonio. **Direito do Consumidor:** difusos e coletivo. 4ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2013. 231 p.

GUSMÃO, Paulo Dourado de. **Introdução ao estudo do direito**. 33ª ed. Rio de Janeiro: Forense. 2003. 459 p.

KEEBLE, Daniel. *The Culture of Planned Obsolescence in Technology Companies*. *Theseus [Open Repository of the Universities of Applied Sciences]*. 2013. *Title of Bachelor's Thesis in Business Information Technology*. Disponível em: <[http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/55526/Keeble\\_Daniel.pdf](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/55526/Keeble_Daniel.pdf)>. Acesso em: 24 de agosto de 2017.

KRAJEWSKI, Markus. *The Great Lightbulb Conspiracy*. *Spectrum [Institute of Electrical and Electronics Engineers]*, 24 set. 2014. Disponível em: <<http://spectrum.ieee.org/tech-history/dawn-of-electronics/the-great-lightbulb-conspiracy>>. Acesso em: 21 de agosto de 2017.

LEONARD, Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. 304 p.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. Princípios sociais dos contratos do CDC e no Novo Código Civil. **Revista Jurídica da Unirondon**. Cuiabá: Unirondon. n. 3. 2002/1. Disponível em: <[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31235998/revista\\_juridica\\_3p.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1508453507&Signature=4gAeKqEyVN1K%2FnZnjdvZrDX8We0%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIncursoes\\_psicanaliticadas\\_para\\_pensar\\_a\\_r.pdf#page=12](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31235998/revista_juridica_3p.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1508453507&Signature=4gAeKqEyVN1K%2FnZnjdvZrDX8We0%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIncursoes_psicanaliticadas_para_pensar_a_r.pdf#page=12)>. Acesso em: 18 de outubro de 2017.

LOPES, José Reinaldo de Lima. **Responsabilidade civil do fabricante e a defesa do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais. 1992. 151 p.

LOTUFO, Renan. **Código Civil comentado: parte geral (arts. 1º a 232)**. Vol 1. São Paulo: Saraiva, 2003.

MALFATTI, Alexandre David. **O Direito de informação no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Editora Alfabeta Jurídico, 2003. 439 p.

MARCACINI, Daniela Tavares Rosa. **O abuso do direito**. 2006. 148 f. Dissertação (Mestrado em Direito das Relações Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. 2006. Disponível em <<https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/7426/1/DIR%20%20Daniela%20Tavares%20R%20Marcacini.pdf>>. Acesso em: 19 de agosto de 2017.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. Vol. 1. 5ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. 1342 p.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2010. 1693 p.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. 512 p.

MARQUES JÚNIOR, William Paiva. Influxos do neoconstitucionalismo na descodificação, micronormatização e humanização do direito civil. **Revista da Faculdade de Direito – UFC**. Fortaleza. vol. 34. n. 2. Jul/dez 2013. p. 313-353.

MIRAGEM, Bruno. **Abuso do direito**: proteção da confiança e limite ao exercício das prerrogativas jurídicas no direito privado. Rio de Janeiro: Forense. 1ª ed. 2009. 263 p.

\_\_\_\_\_. Consumo sustentável e desenvolvimento: por uma agenda comum do direito do consumidor e do direito ambiental. **Revista Luso-Brasileira do Direito do Consumo**. Curitiba: Bonijuris, vol. 04, nº 13, mar. 2014, p. 31-48.

\_\_\_\_\_. **Curso de Direito do Consumidor**. 4ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. 830 p.

MORAES, Paulo Valerio dal Pai. **Código de defesa do consumidor**: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Porto Alegre: Síntese, 1999. 327 p.

NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Manual de Direito do Consumidor à Luz da Jurisprudência do STJ**. 10ª ed. Salvador: Editora Juspodivm, 2014. 550 p.

NEVES, José Roberto de Castro. O Direito do Consumidor – de onde viemos e para onde vamos. **Revista Trimestral de Direito Civil**. Rio de Janeiro, vol. 7, n. 26, p. 193-212, abr/jun. 2006.

NEVES, Julio Gonzaga Andrade. A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor. **Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 23, I p., jan/jul 2013, p. 321-341.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2015. 1019 p.

PADILHA, Valquíria; BONIFÁCIO, Renata Cristina A. **Obsolescência planejada**: armadilha silenciosa na sociedade de consumo. 2 set. 2013. Disponível em: <<http://diplomatique.org.br/obsolescencia-planejada-armadilha-silenciosa-na-sociedade-de-consumo/>>. Acesso em: 26 de agosto de 2017.

PAVÃO, Pedro Paulo R. **Obsolescência programada de produtos**. 03 out. 2009. Disponível em: <<http://www.liraa.com.br/conteudo/2115/obsolescencia-programada-de-produtos>>. Acesso em: 24 de agosto de 2017.

PERNAMBUCO. Tribunal de Justiça. **Apelação nº 3130234**. 2ª Câmara Cível. Relator Des. Alberto Nogueira Virgínio. Data de julgamento: 16 mar. 2016. Data de Publicação: 08 abr. 2016. Disponível em: <<https://tj-pe.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/339707021/apelacao-apl-3130234-pe>>. Acesso em: 04 de setembro de 2017.

PRÔA, Ana Lúcia *et al.* (Ed.). Pesquisa: Garantia – 45% dão defeito antes de dois anos. **Revista ProTeste**. Rio de Janeiro. Setembro de 2014. Ano XIII, nº 139, p. 26-28.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. **Recurso Cível nº 71004479119**. Primeira Turma Recursal Cível. Relator Des. Lucas Maltez Kachny. Data de julgamento: 22 abr. 2014. Data de Publicação: 24 abr. 2014. Disponível em: <<https://tj-rs.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/117653792/recurso-civel-71004479119-rs>>. Acesso em: 04 de setembro de 2017.

RODAS, Sérgio. **CDC deve proteger consumidor da obsolescência programada, diz ministro**. 25 jun. 2015. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-jun-25/cdc-combater-obsolescencia-programada-ministro-salomao>>. Acesso em: 12 de setembro de 2017.

RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil: parte geral**. Vol 1. 33ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003. 354 p.

SANTOS, Maria Carolina de Melo. **Da vulnerabilidade do consumidor à vulnerabilidade ambiental**: análise dos impactos da obsolescência programada no ordenamento jurídico brasileiro. Uberlândia. 2017. Dissertação (Mestrado em Direito) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Universidade Federal do Uberlândia. Disponível em: <<http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/18744/1/VulnerabilidadeConsumidorVulnerabilidade.pdf>>. Acesso em: 04 de setembro de 2017.

SIMÃO, José Fernando. **Vícios do produto no novo Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2003. 204 p.

STOCO, Rui. Juizado Especial e a defesa do consumidor. **Repertório IOB de Jurisprudência**: civil, processual penal e comercial, n. 23, p. 413, dez. 1996.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do consumidor**: direito material e processual. Volume Único. 2ª ed. São Paulo: Editora Método, 2013. 784 p.

VASCONCELOS, Fernando Antônio de. **Responsabilidade do profissional liberal nas relações de consumo**. Curitiba: Juruá. 2003. 187 p.

VASCONCELOS, Fernando Antônio de; LUNA, Arthur Augusto Barbosa. A atual proteção do CDC contra riscos de qualidade e a sua eficácia contra a obsolescência programada. *In*: XXV Congresso do CONPEDI - CURITIBA. Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo II. Curitiba. **Anais...** Florianópolis: CONPEDI. 2017, p. 158-174. Disponível em: <<https://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/k7v7r78l/ilKb1rDaGWvH61s0.pdf>>. Acesso em: 22 de agosto de 2017.