**AJES – FACULDADE DO VALE DO JURUENA
BACHARELADO EM DIREITO**

MARIA CAROLINA BAZAN RODRIGUES

**A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA PERANTE O PRINCÍPIO DA
VULNERABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

**JUÍNA - MT
2019**

MARIA CAROLINA BAZAN RODRIGUES

A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA PERANTE O PRINCÍPIO DA
VULNERABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Direito da Faculdade AJES – Faculdade do Vale do Juruena, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Prof. Orientador Douglas Willians da Silva dos Santos.

JUÍNA - MT
2019

**AJES – FACULDADE DO VALE DO JURUENA
BACHARELADO EM DIREITO**

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Ma. Alcione Adame

Prof^º Dr. Vilmar Martins Moura Guarany

ORIENTADOR

Prof^º Douglas Willians da Silva dos Santos

**JUÍNA - MT
2019**

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho

Aos meus Pais

Sem eles eu nada seria.

A eles eu dedico todas as minhas vitórias.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus e à Nossa Senhora Aparecida por terem me abençoado e me dado forças para que eu pudesse prosseguir.

Em especial, agradeço minha Mãe Edilaine Regina Bazan e meu Pai Adalberto Rodrigues Junior, que sempre estiveram ao meu lado me apoiando e me dando forças. Sou imensamente grata a eles por tudo que fizeram e fazem por mim. Todas as minhas vitórias dedico e dedicarei a eles. É por eles que eu vivo e busco ser uma pessoa melhor a cada dia.

Agradeço também meu esposo, por todo apoio me dado durante esses cinco anos de faculdade. Não posso deixar de agradecer meu Bob, minha Fifi e minha Felicidade, quando tudo parecia estar dando errado eles vinham até mim e me consolavam do jeitinho deles.

Meu viver, meu sorrir e meu vencer é por e para a minha família. Sou grata por todo o carinho e paciência que tiveram comigo durante este período. Amo vocês mais do que tudo!

Em nome dos Professores Luís Fernando Moraes de Mello e Vilmar Martins Moura Guarany, que foram muito importantes para mim nesta etapa final da conclusão do trabalho, agradeço a todos os professores que fizeram parte e contribuíram para minha formação. Agradeço ao Professor Douglas Willians da Silva dos Santos, o qual me orientou para o presente trabalho.

EPÍGRAFE

*“Tudo tem o seu tempo determinado, e há
tempo para todo o propósito debaixo do céu.
[...]
Tempo de chorar, e tempo de rir;
Tempo de prantear, e tempo de dançar;”*

Eclesiastes 3.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar a obsolescência programada no âmbito do ordenamento jurídico consumerista brasileiro. Como objetivos específicos destacam-se: compreender a origem e os conceitos da obsolescência em sua amplitude, sua representação no mercado econômico e no âmbito jurídico, conhecer os principais objetivos e princípios da lei consumerista brasileira. O método adotado é a revisão de literatura e uma pesquisa jurisprudencial para compreender como a obsolescência programada é considerada pela doutrina e na prática dos tribunais brasileiros no sentido de dar proteção à vulnerabilidade do consumidor diante de práticas abusivas que são praticadas por empresas nos mais diversos setores quando os produtos têm uma vida útil reduzida. O fenômeno da obsolescência ganhou evidência em um mercado capitalista em que se lança mão de técnicas para estimular cada vez mais o consumo. A obsolescência programada é uma forma de abuso que deve ser combatida para proteger a sociedade das nefastas consequências tanto nas questões ambientais como na exploração econômica dos consumidores.

Palavras-chaves: Obsolescência programada, Código do Consumidor, Direitos, Consumidores.

ABSTRACT

This study aims to analyze the programmed obsolescence within the Brazilian consumer legal order. The specific objectives are: to understand the origin and concepts of obsolescence in its amplitude, its representation in the economic market and in the legal realm, Know the main objectives and principles of the Brazilian consumerist law. The method adopted is the literature review and a jurisprudential research to understand how programmed obsolescence is considered by the doctrine and practice of Brazilian courts in order to protect the consumer's vulnerability in the face of Abusive practices that are practiced by companies in the most diverse sectors when products have a reduced service life. The phenomenon of obsolescence has gained evidence in a capitalist market in which it is hand-held techniques to stimulate consumption more and more. Programmed obsolescence is a form of abuse that must be fought to protect society from the harmful consequences both on environmental issues and in the economic exploitation of consumers.

Keywords: programmed obsolescence. Consumer code. Rights. Consumers.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. OBSOLESCÊNCIA E CONSUMO.....	13
2.1 ORIGEM E CONCEITO DO TERMO “OBSOLESCÊNCIA”	13
2.2 OBJETIVO DA OBSOLESCÊNCIA	13
2.3 AS RAZÕES DA OBSOLESCÊNCIA	17
2.4 TIPOS DE OBSOLESCÊNCIA	18
2.4.1 Obsolescência Tecnológica	18
2.4.2 Obsolescência Perceptiva	21
2.4.3 Obsolescência Programada	22
3. DIREITO DO CONSUMIDOR.....	28
3.1 ORIGEM E HISTÓRIA DO CÓDIGO DO CONSUMIDOR	28
3.2 RELAÇÃO DE CONSUMO	33
3.3 ELEMENTOS SUBJETIVOS: FORNECEDOR E CONSUMIDOR	35
3.3.1 Consumidor.....	35
3.3.2 Consumidor por equiparação	40
3.3.3 Fornecedor	43
4. OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E O DIREITO DO CONSUMIDOR.....	46
4.1 PRINCÍPIOS CONSAGRADOS NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	46
4.2 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE	52
4.3 RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR NA RELAÇÃO DE CONSUMO.....	60
4.3.1 Responsabilidade pelo fato e responsabilidade pelo vício	61
4.4 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA PRÁTICA DOS TRIBUNAIS.....	66
5. CONCLUSÃO.....	70
REFERÊNCIAS.....	75

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho foi desenvolvido com o objetivo principal de se analisar a obsolescência programada no contexto do ordenamento jurídico consumerista brasileiro.

Como objetivos específicos destacam-se: compreender a origem e os conceitos da obsolescência em sua amplitude, sua representação no mercado econômico e no âmbito jurídico; conhecer os principais objetivos e princípios da lei consumerista brasileira.

O estudo adota o método da revisão de literatura e uma pesquisa jurisprudencial para compreender como a obsolescência programada é considerada pela doutrina e na prática dos tribunais brasileiros no sentido de dar proteção à vulnerabilidade do consumidor diante de práticas abusivas que são praticadas por empresas nos mais diversos setores.

O fenômeno da obsolescência ganhou evidência em um mercado capitalista em que se lança mão de técnicas para estimular cada vez mais o consumo. A obsolescência programada é uma forma de abuso que deve ser combatida para proteger a sociedade das nefastas consequências tanto nas questões ambientais como na exploração econômica dos consumidores.

É fato que ao serem analisados os produtos que eram fabricados a muitos anos atrás, comparando-os aos produtos de hoje em dia, identifica-se que os atuais duram bem menos.

Os materiais que são utilizados na fabricação de móveis e artefatos, por exemplo, não tem mais a mesma qualidade e tudo tem uma vida útil muito reduzida, inclusive e principalmente os elétricos e eletrônicos.

Esta situação gera um descarte muito intenso de resíduos no ambiente e acarreta a um consumo desenfreado em que se concentra cada vez mais lucro para empresas que praticam abusos e as pessoas querem cada vez mais ter. Sendo assim, quem possui os objetos é colocado cada vez em condição de ser melhor do que quem não tem, o que faz com que as pessoas vivam querendo superar cada vez mais as aquisições, sendo exploradas, muitas vezes, por técnicas que tendem a estimular o consumo de forma injusta, principalmente através de publicidade. Porém, a publicidade é apenas uma das formas de se persuadir o consumidor para que este compre por alguma razão.

São técnicas internas, como a obsolescência programada, que fazem com que o consumidor realmente seja persuadido porque ele se convence de que precisa trocar um produto toda vez que o produto apresenta algum defeito, quando ele não encontra formas viáveis de

reparar o produto ao invés de substituí-lo, ou quando ele tem o produto que ele adquire superado muito rapidamente por novidades no mercado, etc.

A escolha do tema se justifica pelo fato de ser um problema recorrente no consumo no mundo todo, que requer atenção da academia e dos operadores do direito afim de garantir que a legislação seja efetivamente aplicada e o consumidor seja efetivamente protegido em casos de obsolescência programada, para que não sejam prejudicados economicamente em um mercado cada vez mais explorador.

O estudo também se justifica, embora não seja o foco dele, pelo fato de a obsolescência ser um fator preponderante também no campo dos direitos ambientais devido ao maior volume de descarte e principalmente ao descarte inadequado desses produtos que se tornam rapidamente obsoletos.

É de grande importância que o profissional em formação que poderá vir a atuar na área do Direito do Consumidor ou do Direito Ambiental tenha conhecimentos mais aprofundados sobre essa matéria, afim de que possam prestar uma verdadeira defesa de direitos em suas práticas e buscar sempre os caminhos da legalidade e da verdadeira justiça.

No primeiro capítulo do presente trabalho será abordado sobre a obsolescência e o consumo, adiantando que, este é o principal impulsionador da obsolescência nos dias atuais. Será explanado a origem e o conceito do termo, bem como o objetivo e as razões pela qual é empregada esta técnica.

Ainda neste capítulo será especificado os três tipos de obsolescência, sendo eles: obsolescência tecnológica, obsolescência perceptiva e a obsolescência programada, a qual será o enfoque principal do presente trabalho.

Definindo-as brevemente, pode-se dizer que a obsolescência tecnológica corresponde ao fato de um produto ser substituído por outro que desempenhe melhor sua função. Prosseguindo, entende-se por obsolescência perceptiva aquela que torna determinado produto obsoleto apenas pelo fato de existir no mercado um “recém lançado” utilizando-se da publicidade para persuadir o consumidor de que este produto novo é melhor do que o outro que já possui.

Por fim, e enfoque deste trabalho, entende-se por obsolescência programada aquela por meio da qual os produtos são fabricados para não durar. Simplificando, no momento da fabricação do produto, já é pré-definida a durabilidade deste. Portanto, faz-se as coisas para que estraguem logo e, conseqüentemente, para que os consumidores consumam, movimentando o mercado consumerista e a economia em geral.

No próximo capítulo do trabalho será analisado sobre o Direito do Consumidor, sendo este um agrupamento de normas que tem como objetivo proteger e resguardar a parte mais fraca da relação de consumo, ou seja, o consumidor.

Será trazido à baila a origem e a história desse ordenamento jurídico de tamanha importância para a sociedade em geral. Será abordado sobre a relação de consumo, sendo esta entendida de modo condensado, como a relação entre duas partes onde uma tem o papel de fornecedor ou fabricante e a outra parte é a consumidora de serviço ou do produto.

Como estas são as duas partes da relação consumerista, é imprescindível que se entenda quem é o consumidor e as situações nas quais este conceito pode ser redirecionado e, da mesma maneira, quem se enquadra como fornecedor.

Por fim, no último capítulo será explanado sobre a obsolescência programada e o Direito do Consumidor. Será explicado os princípios consagrados no Código de Defesa do Consumidor com principal destaque o princípio da vulnerabilidade perante a obsolescência programada. Dissertar-se-á também sobre a responsabilidade do fornecedor na relação de consumo, abordando quando se tratará de responsabilidade pelo fato e responsabilidade pelo vício.

Na parte final do trabalho, será demonstrada a obsolescência programada na prática dos tribunais.

2. OBSOLESCÊNCIA E CONSUMO

Ainda é pouco tratado e discutido sobre o consumo desenfreado que acarreta às obsolescências em geral.

O consumo desenfreado e absurdo é uma das principais causas de degradação ambiental. Tal degradação engloba desde o uso de matéria-prima, os gastos com água, energia e produtos químicos para o início da fabricação dos objetos. Este consumo estende-se à comercialização dos objetos até, por fim, o seu descarte.¹ Descarte este que, por intermédio da obsolescência em seus variados tipos, dá-se de maneira precoce.

2.1 ORIGEM E CONCEITO DO TERMO “OBSOLESCÊNCIA”

O termo obsolescência, de acordo com o Dicionário Aurélio, deriva da palavra obsoleto, a qual é definida no dicionário como aquilo que cai em desuso.²

Trata-se, portanto, de um adjetivo que determina aquilo que não se usa mais, que é arcaico, antigo ou está fora de moda, ultrapassado, antiquado. Obsolescência significa tornar-se obsoleto.

No contexto econômico, a obsolescência é tida como o motor do consumismo.³ Nesse sentido, no âmbito desse estudo, trata-se da circunstância na qual determinado produto passa a não ter mais utilidade ou que fica ultrapassado no mercado consumidor.

2.2 OBJETIVO DA OBSOLESCÊNCIA

No mercado consumidor a obsolescência é delineada por meio da aplicação de técnicas que definem a durabilidade de produtos visando estimular o consumo. Nesse contexto, a obsolescência, em uma de suas modalidades específicas, é entendida pelo fato de tornar determinado produto menos funcional após determinado período de tempo para que o consumidor tenha que adquirir outro.

¹ PEDRO, Antonio Fernando Pinheiro. **Ambiente Legal**. Disponível em: <<http://www.ambientelegal.com.br/consumo-obsolescencia-programada-e-descarte-dos-eletronicos/>>. Acesso em: 30 de outubro de 2019, às 23:00 horas.

² FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa**. Disponível em: <<http://www.dicionariodoaurelio.com/>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 08:00 horas.

³ NOGUEIRA, Edgar Perez Fernandes. **Meus Dicionários**. Disponível em: <<https://www.meusdicionarios.com.br/obsolescencia>>. Acesso em: 30 de outubro de 2019, às 23:30 horas.

Antônio Otávio Alves Gonçalves Junior explica que o mercado capitalista pressiona as indústrias para fazer com que os produtos fabricados tenham vida útil cada vez menor e isso amplia a necessidade de se compreender a dinâmica desta teoria.⁴

O autor destaca que o incentivo ao consumo aliado à vasta oferta de produtos e à franca concorrência pode demonstrar em primeira vista uma vantagem. Ele cita o caso dos computadores como exemplo, que faz com que se torne mais barata a aquisição de um novo bem em vez do conserto ou upgrade de um outro já usado.⁵

Esse efeito, segundo Gonçalves Jr. se justifica por uma denominada Lei de Moore, a qual afirma que “a quantidade de elementos que compõe um circuito integrado dobra a cada 18 meses por conta do aumento do tamanho do chip e da diminuição dos transistores, elevando a velocidade e a capacidade de processamento.”⁶ Assim, segundo ele “a aplicação prática desta Lei de Moore permite que os custos sejam reduzidos a cada ciclo de desenvolvimento conduzindo a indústria à produção de dispositivos de informática a custos cada vez menores.”⁷

Porém, o autor alerta que embora a Lei de Moore permita que produtos de ponta sejam ofertados no mercado de modo cada vez mais competitivos, ampliando, inclusive, o acesso a artigos de alta tecnologia a classes sociais menos abastadas, é necessário lembrar que a incessante oferta de produtos substitutos favorece o fenômeno da obsolescência prematura, ampliando, conseqüentemente, o descarte de itens ainda em plena capacidade de uso.

Gonçalves Jr. narra ainda que as chamadas estratégias de melhoria contínua praticadas pelas indústrias são fatores que evidenciam a obsolescência prematura dos produtos. Ele cita o caso da Nike com seu processo de pesquisa e desenvolvimento. Segundo ele, a empresa se pauta em uma política de melhoria constante dos calçados que fabrica, apresentando em sua estrutura diferentes estágios de desenvolvimento em novas gerações de tecnologias para calçados.⁸ Assim, quando seus últimos lançamentos estão chegando às lojas ela já tem um novo produto na linha de produção pronto para substituí-lo brevemente.⁹

⁴ GONÇALVES JÚNIOR, Antônio Otávio Alves. **Estratégia de obsolescência programada**: uma análise das conseqüências ambientais e socioeconômicas. Adm. de Emp. em Revista, Curitiba, n. 9, p. 9-25, 2009, p.16.

⁵ GONÇALVES JÚNIOR, Antônio Otávio Alves. **Estratégia de obsolescência programada**: uma análise das conseqüências ambientais e socioeconômicas. Adm. de Emp. em Revista, Curitiba, n. 9, p. 9-25, 2009, p.16

⁶ GONÇALVES JÚNIOR, Antônio Otávio Alves. **Estratégia de obsolescência programada**: uma análise das conseqüências ambientais e socioeconômicas. Adm. de Emp. em Revista, Curitiba, n. 9, p. 9-25, 2009, p.16.

⁷ GONÇALVES JÚNIOR, Antônio Otávio Alves. **Estratégia de obsolescência programada**: uma análise das conseqüências ambientais e socioeconômicas. Adm. de Emp. em Revista, Curitiba, n. 9, p. 9-25, 2009, p. 16

⁸ GONÇALVES JÚNIOR, Antônio Otávio Alves. **Estratégia de obsolescência programada**: uma análise das conseqüências ambientais e socioeconômicas. Adm. de Emp. em Revista, Curitiba, n. 9, p. 9-25, 2009, p. 16

⁹ SHETH, Jagdish N., **Os Maus Hábitos das Boas Empresas e Como Fugir Deles**. São Paulo: Ed. Artmed, 2008.

Conforme narra Gustavo Pimenta, a obsolescência é apontada como o motor do consumismo pois, sem a existência dela, o número de vendas dos objetos, produtos e dos serviços seriam drasticamente menores.¹⁰

Segundo o autor, ocorreria uma significativa e não tão boa queda nos faturamentos das empresas, sendo, portanto, a obsolescência, imprescindível para a economia.¹¹ Diante dela é que o consumidor se vê sempre obrigado a comprar um novo produto.

Também é através da obsolescência que fica estipulado que o novo será sempre excedente ao anterior, tornando mais rápido o desuso e o precoce descarte dos produtos mais antigos.

Segundo Serge Latouche:

[...] são necessários três ingredientes para que a sociedade de consumo possa prosseguir o seu circuito diabólico: a publicidade, que cria o desejo de consumidor, o crédito, que lhe fornece os meios, e a obsolescência acelerada e programada dos produtos que, renova a sua necessidade.¹²

Para que se ocorra o consumo é necessário a somatória de três requisitos: publicidade para tornar público o produto e despertar a vontade de consumir no consumidor, o crédito, que sem o qual não há meio de comprar e, por fim, a obsolescência programada, por meio da qual os produtos estragam prematuramente e estando esta aliada aos outros dois requisitos, haverá o consumo.

Zygmunt Bauman corrobora com Latouch defendendo:

Afinal de contas, nos mercados de consumidores-mercadorias, a necessidade de substituir objetivos de consumo defasados está inscrita no design dos produtos e nas campanhas publicitárias calculadas para o crescimento constante das vendas. A curta expectativa de vida de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de marketing e no cálculo de lucros: tende a ser percebida, prescrita e instilada nas práticas dos consumidores mediante a apoteose das novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem).¹³

Uma das técnicas utilizadas pelas empresas é o design dos produtos. Há uma constante e incessante busca por tornar o “novo” diferente do “antigo” por mais mísera que seja esta diferenciação.

¹⁰ PIMENTA, Gustavo. Obsolescência. **Entenda o que é e como funciona o motor do consumismo**. Portal Administradores. 2010. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/obsolescencia-entenda-o-que-e-e-como-funciona-o-motor-do-consumismo>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 08:00 horas.

¹¹ PIMENTA, Gustavo. Obsolescência. **Entenda o que é e como funciona o motor do consumismo**. Portal Administradores. 2010. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/obsolescencia-entenda-o-que-e-e-como-funciona-o-motor-do-consumismo>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 08:15 horas.

¹² LATOUCHE, Serge. **O pequeno tratado do decrescimento sereno**. reimp. Lisboa: Edições, 2012, p.30.

¹³ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p.31.

István Mészáros também afirma, no mesmo sentido, que se vive em uma sociedade descartável que se pauta na taxa de uso decrescentes de bens e serviços. Segundo o autor, o capitalismo não deseja que se produza bens duráveis e reutilizáveis.¹⁴

Portanto, um instrumento fundamental para que haja o consumo é a publicidade, visto que é por seu intermédio que os produtos são expostos para os consumidores.

Conforme explica Serge Latouche, a publicidade bem-feita tem o poder de persuadir o consumidor, de convencê-lo da necessidade de que se compre o produto exposto. Porém, é o crédito que amplia o acesso e é a obsolescência que garante que o consumidor será realmente persuadido pelo fato de precisar constantemente comprar novos produtos.¹⁵

Como destaca Gonçalves Jr., embora a obsolescência possa apresentar alguma vantagem ao consumidor em relação a preços, estimulando a substituição de um produto por outro superior, deve ser questionada quanto ao aspecto ético e legal, já que há uma manipulação sobre a real necessidade de substituir produtos que podem continuar com um desempenho satisfatório por muito mais tempo.¹⁶

Outro ponto a ser observado, segundo ele, é a questão da subutilização dos produtos, porque com uma necessidade de lançar inovações constantes poucos são os usuários conhecedores de todas as funções de um celular, por exemplo, e que não raro, as pessoas compram itens sem que sequer utilizem para a sua verdadeira função.¹⁷

[...] fica claro que há um evidente “vale-tudo” na disputa pelo consumidor, e que para superar os concorrentes as organizações precisam criar fortes apelos para que o consumidor adquira os seus produtos, e conforme dito antes, a estratégia de obsolescência programada faz com que haja o despertar da necessidade ou do desejo dos consumidores por novos produtos ou por versões melhoradas de produtos já existentes.¹⁸

Portanto, o estímulo à desatualização de produtos pode favorecer as necessidades mais imediatas das empresas, mas apresentam riscos jurídicos tanto por explorar a boa-fé dos consumidores como pelo fato de o descarte inadequado de produtos que caem em desuso representarem hoje uma grave ameaça ambiental.

¹⁴ MÉSZÁROS, I. **Produção destrutiva e o estado capitalista**. São Paulo: Ensaio, 1989, p.88

¹⁵ LATOUCHE, Serge. **O pequeno tratado do decrescimento sereno**. reimp. Lisboa: Edições, 2012, p.30.

¹⁶ GONÇALVES JÚNIOR, Antônio Otávio Alves. **Estratégia de obsolescência programada**: uma análise das consequências ambientais e socioeconômicas. Adm. de Emp. em Revista, Curitiba, n. 9, p. 9-25, 2009, p. 16

¹⁷ GONÇALVES JÚNIOR, Antônio Otávio Alves. **Estratégia de obsolescência programada**: uma análise das consequências ambientais e socioeconômicas. Adm. de Emp. em Revista, Curitiba, n. 9, p. 9-25, 2009, p. 16

¹⁸ GONÇALVES JÚNIOR, Antônio Otávio Alves. **Estratégia de obsolescência programada**: uma análise das consequências ambientais e socioeconômicas. Adm. de Emp. em Revista, Curitiba, n. 9, p. 9-25, 2009, p.17.

2.3 AS RAZÕES DA OBSOLESCÊNCIA

As notícias pelo mundo, como a de Suzana Rodríguez da RTVE (Radio Televisión Española) na Espanha, mostram que a durabilidade dos produtos é prevista ou programada a partir de sua fabricação e até da própria divulgação. Baterias que acabam após 18 meses, impressoras que bloqueiam após atingir um número estipulado de impressões, lâmpadas que queimam após determinado número de horas, tudo isso é bastante comum no mercado consumidor atual.¹⁹

O motivo é de fácil compreensão, para que haja o consumo as coisas não são feitas para durar, pois se assim o fosse não existiria a necessidade de se comprar coisas novas e o consumo de determinados itens seria restrito a uma única aquisição ou no máximo a eventuais necessidades.

Por exemplo: se a bateria dos carros durasse muitos anos, qual seria a necessidade de se comprar outra com certa “frequência”?

Outro exemplo dado na reportagem são as impressoras, com o avanço tecnológico atual a internet se tornou o principal meio de pesquisas e de procuras.²⁰ Por inúmeros motivos, que tornam a vida mais fácil e poupam tempo, o uso da internet é somado com o uso de uma impressora para que se poupe o tempo da escrita. Essa prática cresceu gradativamente durante os anos. Mas qual a vantagem de se fabricar uma impressora que dure muito? Enquanto ela durar, seu proprietário não adquirirá outra. Deste modo, pensando na rotatividade da economia, fabricam-se as impressoras com uma “vida útil”, assim sendo, quando uma impressora é fabricada, ela já está codificada para que quando atinja o número “x” de impressões, ela estrague.²¹

“Quanto tempo dura uma lâmpada? A pergunta certa seria: uma lâmpada foi feita para durar quanto tempo?”²²

¹⁹ RODRIGUEZ, Suzana. **Fabricados para no durar**. RTVE. Disponível em: <<http://www.rtve.es/noticias/20110104/productos-consumo-duran-cada-vez-menos/392498.shtml>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 09:00 horas.

²⁰ RODRIGUEZ, Suzana. **Fabricados para no durar**. RTVE. Disponível em: <<http://www.rtve.es/noticias/20110104/productos-consumo-duran-cada-vez-menos/392498.shtml>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 09:00 horas.

²¹ RODRIGUEZ, Suzana. **Fabricados para no durar**. RTVE. Disponível em: <<http://www.rtve.es/noticias/20110104/productos-consumo-duran-cada-vez-menos/392498.shtml>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 09:00 horas.

²² RODRIGUEZ, Suzana. **Fabricados para no durar**. RTVE. Disponível em: <<http://www.rtve.es/noticias/20110104/productos-consumo-duran-cada-vez-menos/392498.shtml>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 09:00 horas.

De acordo com a matéria, pesquisas constatam que as lâmpadas fluorescentes duram 6 mil horas, enquanto as incandescentes duram apenas mil horas. Mais modernas, as lâmpadas de LED duram de 25 a 50 mil horas.²³

Em um quartel de bombeiros da cidade de Livermore, na Califórnia (EUA), existe uma lâmpada que funciona desde 1901, a famosa Lâmpada Centenária. Ela está no Livro dos Recordes, o Guinness dos Recordes, ela é o foco de luz elétrica que está há mais tempo aceso em toda a história.²⁴ Esta lâmpada foi doada por um empresário e foi feita à mão pela Shelby Electronic Company, em 1897.²⁵

2.4 TIPOS DE OBSOLESCÊNCIA

Gustavo Pimenta cita que a obsolescência é dividida em três tipos, sendo elas a obsolescência tecnológica ou de função, a obsolescência perceptiva ou percebida e a obsolescência planejada ou programada.²⁶

Vance Packard, em seu livro “A estratégia do desperdício”, afirma que existem três maneiras para que o produto se torne obsoleto. São elas a obsolescência de função, de qualidade e/ou de desejabilidade. Importante destacar que foi Packard quem promoveu os primeiros debates sobre a obsolescência programada.²⁷

Além destes, vários outros doutrinadores tratam sobre as obsolescências. Contudo, na sua grande maioria, o contexto sempre é o mesmo, havendo diferenciação apenas nas denominações de cada uma.

2.4.1 Obsolescência Tecnológica

Conhecida como obsolescência tecnológica, de função, técnica ou funcional, este tipo de obsolescência, conforme narra o Portal eCycle, surgiu em 1910 com o surgimento dos automóveis de partida elétrica. Ela ocorre quando determinado produto, mesmo que ainda

²³ RODRIGUEZ, Suzana. **Fabricados para no durar**. RTVE. Disponível em: <<http://www.rtve.es/noticias/20110104/productos-consumo-duran-cada-vez-menos/392498.shtml>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 09:00 horas.

²⁴ GUINNESS BOOK. **Livermore centennial light bulb**. Disponível em: <<https://www.guinnessworldrecords.com.br/world-records/longest-burning-light-bulb>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 10:00 horas.

²⁵ BBC. **O enigma da lâmpada que funciona desde 1901**. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-44612144>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 11:00 horas.

²⁶ PORTAL eCycle. **Entenda o que é obsolescência**. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5795-obsolescencia>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 14:00 horas.

²⁷ PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965, p.3.

funcione perfeitamente e cumpra a sua função, é substituído por outro novo.²⁸ Este novo produto possui tecnologia mais avançada o que acaba fazendo com que ele desempenhe a função para que lhe é imposto com mais eficiência do que o anterior.

Simplificando, este tipo de obsolescência ocorre quando há a inserção de um determinado produto com aperfeiçoamentos no mercado consumidor. Sendo tais aperfeiçoamentos vantajosos e que facilitem e melhorem a vida dos consumidores.

A obsolescência funcional, como destaca o referido Portal, é considerada como o mais antigo e permanente tipo de obsolescência desde a Revolução Industrial.²⁹ É caracterizada por meio das inovações tecnológicas, deste modo, está relacionada ao progresso ocasionado pelos avanços tecnológicos ocorridos no decorrer dos anos.

Este tipo de obsolescência, apresenta como uma de suas características o avanço tecnológico e o aprimoramento das coisas. Sendo assim, desde que feita de modo consciente, não se trata de algo ruim, pelo contrário, torna-se crucial que ocorra pois está relacionada ao avanço da tecnologia.

Alguns exemplos desse tipo de obsolescência citados são: uso de laser em cirurgias, possibilitando micro cortes e, conseqüentemente, um rápido e facilitado pós-operatório; computadores mais rápidos; melhor acesso a internet; combustíveis menos poluentes; avanços das câmeras fotográficas, substituição do telégrafo pelo telefone e do celular analógico pelo digital, entre tantas outras coisas.³⁰

Este tipo de obsolescência é tido como o mais favorável, pois, pressupõe que tal produto só se tornará inútil quando for fabricado um que desempenhe melhor sua função. Além de tudo, a ideia de avanço agrada a sociedade consumidora, conforme os próprios exemplos expostos a cima.³¹

Para Vance Packard, esta obsolescência é resultante de relevante avanço tecnológico e deve ser incentivada.

Todos aplaudimos quando aviões de passageiros com motores de pistão são superados por aviões a jato, mais velozes e silenciosos. Todos aplaudimos quando podemos discar um número a centenas de milhas de distância ao invés de fazer a ligação por intermédio de telefonistas.³²

²⁸ PORTAL eCycle. **Entenda o que é obsolescência.** Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5795-obsolescencia>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 14:15 horas.

²⁹ PORTAL eCycle. **Entenda o que é obsolescência.** Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5795-obsolescencia>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 14:20 horas.

³⁰ PORTAL eCycle. **Entenda o que é obsolescência.** Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5795-obsolescencia>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 14:25 horas.

³¹ PORTAL eCycle. **Entenda o que é obsolescência.** Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5795-obsolescencia>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 14:25 horas.

³² PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício.** São Paulo: Ibrasa, 1965, p.51

Um grande exemplo deste tipo de obsolescência ocorreu em 2012 quando a Apple lançou o iPad 3 e, no curto espaço de apenas 5 meses depois, lançou o iPad 4.³³

As únicas diferenças entre um aparelho e outro eram a câmera frontal (*Face Time HD*), o conector de dados (*lightning*) e o processador (A6X), contudo, possuíam tecnologia mais avançada e foram suficientes para deixarem o iPad 3 obsoleto.³⁴

Este ato acarretou em uma ação judicial n.º 2013.01.1.016885-2 junto à 12ª Vara Cível de Brasília, proposta pelo IBDI (Instituto Brasileiro de Política e Direito da Informática) em fevereiro de 2013.³⁵

De acordo com informações extraídas do Portal JusBrasil³⁶, o IBDI acusou a Apple de prática comercial abusiva pelo uso estratégico da obsolescência programada onde o iPad 4 não apresentava evolução de tecnologia relevante quando comparado ao seu anterior, salientando que este já poderia ter sido lançado com as possíveis melhorias do recém lançado levando-se em consideração o curto intervalo entre os dois lançamentos.

O pedido feito pelo IBDI foi que a Apple fosse condenada a pagar indenização pelo dano individual concomitante a 50% do valor do produto e mais 30% do valor estimado de cada unidade que foi comercializada no País pelo dano coletivo causado a cada consumidor, além de efetuar as trocas de todos os modelos de iPad 3 pelo 4, sem nenhum custo adicional.³⁷

Entretanto, no dia 18 de setembro de 2017 esta ação foi julgada improcedente pelo fato do IBDI não ser legitimado para propor a ação.³⁸

³³ PORTAL TEC MUNDO. Apple é processada por obsolescência programada com Ipad 3. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/novidade/36862-apple-e-processada-por-obsoloscencia-programada-com-ipad-3.htm>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 14:30 horas.

³⁴ PORTAL TEC MUNDO. **Apple é processada por obsolescência programada com Ipad 3**. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/novidade/36862-apple-e-processada-por-obsoloscencia-programada-com-ipad-3.htm>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 14:30 horas.

³⁵ PORTAL JUS BRASIL. Andamento Processual. **Processo n.º 2013.01.1.016885-2 TJDF**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/146286887/processo-n-2013011016885-2-do-tjdf>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 15:30 horas.

³⁶ PORTAL JUS BRASIL. Andamento Processual. **Processo n.º 2013.01.1.016885-2 TJDF**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/146286887/processo-n-2013011016885-2-do-tjdf>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 15:30 horas.

³⁷ PORTAL JUS BRASIL. Andamento Processual. **Processo n.º 2013.01.1.016885-2 TJDF**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/146286887/processo-n-2013011016885-2-do-tjdf>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 15:30 horas.

³⁸ PORTAL JUS BRASIL. Andamento Processual. **Processo n.º 2013.01.1.016885-2 TJDF**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/146286887/processo-n-2013011016885-2-do-tjdf>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 15:30 horas.

O Instituto interpôs recurso, mas também não obteve êxito. O último andamento desta ação ocorreu em 29 de agosto de 2018, onde foi interposto um agravo contra a decisão que não deu cabimento ao recurso constitucional apresentado.³⁹

2.4.2 Obsolescência Perceptiva

Também definida como percebida, psicológica ou de desejabilidade, este tipo de obsolescência ocorre quando a propaganda dos produtos faz com que o consumidor sinta a necessidade, atrelada à vontade, de trocar seu objeto por um recém lançado. Neste caso, muitas vezes, o produto antigo sequer deixou de desempenhar sua função, ainda estando em perfeita condição de uso.⁴⁰

As maneiras de tornarem um produto “obsoleto” neste tipo de obsolescência variam entre um novo *design*, um estilo diferente, cores mais vivas, dentre outras características. Aqui, o objetivo é tornar sempre inovador os automóveis, aparelhos celulares, computadores, meios eletrônicos e tecnológicos em geral e, até mesmo, as roupas e utensílios domésticos e de decoração.⁴¹

Alguns pesquisadores definem a obsolescência percebida como sendo a desvalorização precoce de determinada coisa imposta pelo ponto de vista emocional. Essa estratégia é muito usada por empresas que buscam sempre o aumento de suas vendas.

A dificuldade no emprego dessa segunda forma de criação da obsolescência como uma estratégia está em convencer o público de que o estilo é um importante elemento na desejabilidade do produto. Uma vez aceita essa premissa, é possível criar a obsolescência na mente simplesmente mudando-se para outro estilo. Às vezes, essa obsolescência de desabilidade é chamada de “obsolescência psicológica.”⁴²

Tal desvalorização do produto é resultado da sensação que o consumidor tem ao perceber que seu produto se tornou ultrapassado, mesmo que ainda esteja funcionando e em perfeitas condições de uso.

³⁹ PORTAL JUS BRASIL. Andamento Processual. **Processo n.º 2013.01.1.016885-2 TJDF**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/146286887/processo-n-2013011016885-2-do-tjdf>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 15:30 horas.

⁴⁰ PORTAL eCycle. **Entenda o que é obsolescência**. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5795-obsoloscencia>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 16:00 horas.

⁴¹ PORTAL eCycle. **Entenda o que é obsolescência**. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5795-obsoloscencia>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 16:00 horas.

⁴² PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965, p.64.

O principal meio utilizado para mudar os produtos buscando pela indução dos consumidores às compras é a publicidade.⁴³ Por meio dela, os consumidores são instigados a comprar, visto que estabelecem a ideia de que o novo é o melhor e, conseqüentemente, o velho, que já possuem, é o pior.

Sendo assim, como explica Packard, a obsolescência percebida ocasiona no consumidor um sentimento de desconforto ao possuir um objeto que é tachado como ultrapassado. Este tipo de obsolescência está relacionado aos desejos e vontades do consumidor e tem como base as estratégias da obsolescência programada.⁴⁴

O primeiro caso deste tipo de obsolescência, conforme o citado autor, aconteceu nos Estados Unidos, no ano de 1920, onde os fabricantes de carros iniciaram esta estratégia, a qual, posteriormente, evoluiu para os demais fabricantes. A indústria automobilística passou a inovar nos estilos dos carros fabricados, a cada carro novo lançado, a mudança poderia ser mínima, mas ela existia para que pudesse ser taxado qual carro era o novo e qual era o mais antigo.⁴⁵

Um grande exemplo deste tipo de obsolescência é o próprio lançamento de celulares, a cada novo modelo que o fabricante lança, mudando detalhes mínimos, alguns consumidores já “percebem-se” obsoletos e já querem um novo.

Assim, é possível concluir que a obsolescência perceptiva tem seu crescimento alavancado pela demanda do consumidor em manter-se sempre atualizado perante o que o mercado consumidor apresenta como novo. Deste modo, o surgimento dos novos produtos e a procura dos consumidores pelo que é novo crescem de maneira igual.

2.4.3 Obsolescência Programada

Este tipo de obsolescência, como narra Vance Packard, teve seu início datado no século XIX, logo após a Revolução Industrial, como uma estratégia de vendas utilizadas pelas indústrias fabricantes de produtos.⁴⁶

Mesmo já tendo sido estudada anteriormente, foi no ano de 1950 que Packard, jornalista norte-americano, realizou estudos mais aprofundados sobre este tema.

⁴³ PORTAL eCycle. **Entenda o que é obsolescência**. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5795-obsolescencia>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 16:00 horas.

⁴⁴ PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965, p.64.

⁴⁵ PORTAL eCycle. **Entenda a obsolescência perceptiva**. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5736-obsolescencia-perceptiva>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 16:10 horas.

⁴⁶ PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965, p.64.

No ano de 1924 as lâmpadas foram as primeiras vítimas da obsolescência programada. A Osram e a Philips, fabricantes de lâmpadas dos Estados Unidos e da Europa, se juntaram a fim de determinarem a vida útil das lâmpadas que produziam. A junção dessas duas fabricantes ficou conhecido como cartel S. A. Phoebus, cujo objetivo era estabelecer o prazo de vida útil das lâmpadas para apenas 1.000 horas. Caso não fosse seguida essa estipulação do cartel, haveria multa para quem descumprisse.⁴⁷

Em 1932 surge o conceito de obsolescência programada criada por Bernard London, um investidor imobiliário americano que afirmava que todos os produtos deveriam estragar após um tempo determinado de uso, obrigando o consumidor a substituí-lo por um novo, assim se deu a origem da obsolescência programada no âmbito do consumo.⁴⁸

Conforme o pensamento defendido por London, essa estratégia obrigaria os consumidores a recomprarem em um reduzido espaço de tempo e, como consequência, geraria mais empregos e, o melhor de tudo, mais lucro.⁴⁹

Marcio Magera explica que a tecnologia moderna aumentou a produtividade das empresas e isto teve como consequência uma influência na qualidade dos produtos, dando-lhes uma vida útil maior.⁵⁰

Porém, as pessoas, assustadas com a depressão diante da crise econômica usavam tudo o que possuíam por mais tempo, e isso só prolongava ainda mais a crise. Diante desse cenário, explica o autor, o governo deveria estipular um prazo de vida aos produtos a partir de sua criação, e o consumidor, ao adquirir o bem, já ficaria sabendo o prazo de vida dele.⁵¹

Uma teoria lançada por London tentava resolver a situação da seguinte forma: depois do tempo de vida útil expirado as mercadorias estariam legalmente “mortas”. Surgem assim as mercadorias obsoletas, as quais deveriam ser devolvidas para o governo que emitiria um cupom com um valor expresso que ajudaria na aquisição de outra mercadoria para repor a descartada.⁵²

Conforme explica Márcio Magera, o vendedor então poderia utilizar o cupom do consumidor para trocar pelos impostos devidos ao governo. Essa teoria tinha como objetivo

⁴⁷ MONTEIRO, Sergio. **Obsolescência Programada das Lâmpadas**. Disponível em: <<http://jmc.com.br/obsolescencia-programada-das-lampadas/>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 16:30 horas.

⁴⁸ BRAGA, Júlia. **Obsolescência Programada Consumo Exacerbado e Esgotamento de Fontes Naturais**. Disponível em: <<https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/mag/20786930.html>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 17:00 horas.

⁴⁹ BRAGA, Júlia. **Obsolescência Programada Consumo Exacerbado e Esgotamento de Fontes Naturais**. Disponível em: <<https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/mag/20786930.html>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019, às 17:00 horas.

⁵⁰ MAGERA, Márcio. **Os caminhos do lixo**. São Paulo: Átomo, 2013, p.97.

⁵¹ MAGERA, Márcio. **Os caminhos do lixo**. São Paulo: Átomo, 2013, p.97.

⁵² MAGERA, Márcio. **Os caminhos do lixo**. São Paulo: Átomo, 2013, p.97.

fazer com que as fábricas não parassem de produzir, fomentando a economia constantemente pela renovação dos produtos consumidos e assim mantivesse o movimento, o emprego e a renda da população.⁵³

Essas ideias de London, segundo o Magera, seriam copiadas a partir de 1950, período em que o tempo de vida dos produtos passou a ser estipulado por seus fabricantes.⁵⁴

Assim, no ano de 1950, devido a soma da grande produtividade dos países industrializados, por conta do início da utilização dos equipamentos automatizados e pelo início do uso de novas tecnologias, houve um grande aumento no estoque de mercadorias. Visando o consumo dessa grande quantidade de produtos, viu-se que era necessário que cada consumidor comprasse mais de uma vez, já que a produtividade era maior e mais rápida do que a procura e compra dos produtos.⁵⁵

Portanto, é isto que se entende por obsolescência programada, é o ato de tornar, propositalmente, determinada coisa obsoleta em um determinado período de tempo.

Este tipo de obsolescência tem como objetivo induzir o consumidor a comprar algo mais novo, antecipadamente, após o surgimento de qualquer e mísero “defeito”. Muitas vezes o objeto que já possui voltará a ficar em perfeitas condições de uso se for reparado, mas o consumidor deseja o mais novo pelo fato de ser uma novidade somado ao fator do alto custo para arrumar seu produto estragado que também é uma forma de estimular a comprar outro já que “compensa mais”.

Segundo Magera, o custo do conserto do objeto, muitas vezes, acaba sendo um valor aproximado ao custo de se comprar um objeto novo. Além disso, ocorre de os fabricantes pararem de fabricar determinadas peças que serviriam para troca, forçando o consumidor a comprar um produto “por inteiro” e novo, aumentando e garantindo os lucros para a empresa fabricante.⁵⁶

Uma pesquisa realizada no ano de 2014 pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) em conjunto com a Market Analysis, instituto especialista por pesquisas de opiniões, constatou que 81% (oitenta e um por cento) dos brasileiros compram um aparelho celular novo quando seu aparelho “antigo” apresenta algum defeito. O prazo para essa compra

⁵³ MAGERA, Márcio. **Os caminhos do lixo**. São Paulo: Átomo, 2013, p.97.

⁵⁴ MAGERA, Márcio. **Os caminhos do lixo**. São Paulo: Átomo, 2013, p.98.

⁵⁵ MAGERA, Márcio. **Os caminhos do lixo**. São Paulo: Átomo, 2013, p.99.

⁵⁶ MAGERA, Márcio. **Os caminhos do lixo**. São Paulo: Átomo, 2013, p.97.

ocorre em menos de três anos, período no qual o consumidor poderia até mesmo ter procurado pela assistência técnica do aparelho.⁵⁷

No século XX, mais precisamente em 1990, a obsolescência teve uma grande acentuação devido à alta demanda de produtos que não tinham duração superior a dois ou três anos. Estes produtos tinham sua vida útil reduzida pela metade e ficaram conhecidos como *high tech*, ou seja, alta tecnologia.⁵⁸

Essas mudanças contínuas e de não tão grande necessidade não ocorriam somente porque as indústrias produziam os produtos e os impunham aos consumidores, mas sim, criavam toda uma estratégia para que os consumidores sentissem a necessidade de adquirir tais produtos.⁵⁹

A publicidade e o marketing, como já narrado, são os principais disseminadores da obsolescência pelo fato de estimularem o consumidor a comprar algo novo, nesse caso logo que surge defeito no objeto. Ocorre que, na obsolescência programada esses defeitos são implantados nos produtos no momento de sua fabricação e são propositalmente pensados para que após um determinado tempo de uso, o objeto apresente falhas. Deste modo, o consumidor acaba tendo que efetuar a compra de um novo produto, até porque não se deixa muitas possibilidades de reparar a baixo custo. A ideia é, inclusive, dificultar o reparo para que o consumidor tenha mesmo que comprar, para fazer girar a economia.

De acordo com o IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) apesar do avanço tecnológico, que possibilitou a criação de variadas matérias para a produção e consumo de objetos, atualmente os eletrodomésticos presentes no mercado consumidor, quando tem comparada sua durabilidade em relação aos de 50 anos atrás, chega-se à conclusão de que os atuais são piores que os antigos pois duram bem menos.⁶⁰

Este tipo de obsolescência é usado a favor do acúmulo de capital, portanto, quanto mais rápida e passageira for a durabilidade do produto, maior será a quantia de descarte, maior

⁵⁷ Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC. **Mais da metade dos equipamentos eletrônicos é substituída devido à obsolescência programada.** Sala de Imprensa. 04/02/2014. Disponível em: <<https://idec.org.br/o-idec/sala-de-imprensa/release/mais-da-metade-dos-equipamentos-eletronicos-e-ubstituida-devido-a-obsolescencia-programada>>. Acesso em: 11 de setembro de 2019, às 08:00 horas.

⁵⁸ UOL. **Uma questão de vida útil.** Disponível em: <<https://revistatrip.uol.com.br/trip/uma-questao-de-vida-util>>. Acesso em: 11 de setembro de 2019, às 08:15 horas.

⁵⁹ PADILHA, Valquíria. **Desejar, comprar e descartar:** da persuasão publicitária à obsolescência programada. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252016000400015>. Acesso em: 11 de setembro de 2019, às 08:30 horas.

⁶⁰ Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC. **Mais da metade dos equipamentos eletrônicos é substituída devido à obsolescência programada.** Sala de Imprensa. 04/02/2014. Disponível em: <<https://idec.org.br/o-idec/sala-de-imprensa/release/mais-da-metade-dos-equipamentos-eletronicos-e-ubstituida-devido-a-obsolescencia-programada>>. Acesso em: 11 de setembro de 2019, às 08:00 horas.

será o número de compras e, deste modo, maior será o gasto de dinheiro por parte dos consumidores.⁶¹

O avanço tecnológico alcançado atualmente era inimaginável no passado. Devido às constantes mudanças, o descarte ou lixo originado também aumentou significativamente.

Assim, como uma das consequências da obsolescência programada o acúmulo de lixo eletrônico aumenta exorbitantemente a cada ano, implicando em diversos problemas relacionados à destinação.

Nesse contexto Zygmunt Bauman afirma:

Novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos; o advento do consumismo augura uma era de ‘obsolescência embutida’ dos bens oferecidos no mercado e assinala um aumento espetacular na indústria da remoção do lixo.⁶²

Conforme dados da *United Nations Environment Programme – Unep*, cerca de 90% do lixo eletrônico produzido pelo mundo todo são, literalmente, jogados na África porque o custo é bem inferior quando comparado ao que seria pago se fossem reciclar de maneira correta todo o lixo acumulado de suas origens.⁶³

A preocupação com as questões ambientais que envolvem o descarte inadequado dos lixos eletrônicos também é grande. Elisabeth Rosenthal, em uma reportagem publicada na Folha de São Paulo afirmou o seguinte:

A exportação ilegal de lixo a países pobres é um negócio internacional crescente, já que as empresas tentam minimizar os custos de novas leis ambientais, como as da Holanda, que taxam o lixo ou exigem que ele seja reciclado ou dispensado de forma ambientalmente correta.

Roterdã, o porto mais movimentado da Europa, tornou-se sem querer o principal duto de escoamento de detritos da Europa, para destinos como China, Indonésia, Índia e África. Nesses lugares, o lixo eletrônico e o entulho de construções, contendo substâncias tóxicas, costumam ser desmantelados por crianças, com grande prejuízo para sua saúde.⁶⁴

⁶¹ PADILHA, Valquíria. **Desejar, comprar e descartar:** da persuasão publicitária à obsolescência programada. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252016000400015>. Acesso em: 11 de setembro de 2019, às 08:30 horas.

⁶² BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p.45.

⁶³ GONZALEZ, Amélia. **90% do lixo eletrônico do mundo são jogados em países africanos.** Nova Ética Social. Portal G1. 18/05/2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/natureza/blog/nova-etica-social/post/90-do-lixo-eletronico-do-mundo-sao-jogados-em-paises-africanos.html>>. Acesso em: 11 de setembro de 2019, às 09:00 horas.

⁶⁴ ROSENTHAL, Elisabeth. **Tráfico de lixo é mina de ouro.** Folha de São Paulo.05/10/2009. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/newyorktimes/ny0510200906.htm>>. Acesso em: 11 de setembro de 2019, às 10:00 horas.

Homens, mulheres, velhos e crianças vivem em contato direto com o lixo tóxico. Por causa deste contato adquirem doenças, as quais muitas vezes levam à morte. Questionados pelo motivo pelo qual convivem com este perigo respondem ser tão somente pelo dinheiro que conseguem com a venda do descarte do restante do mundo.⁶⁵

Com a intenção de combater as exportações ilegais de resíduos tóxicos foi promulgado o Decreto n.º 875, em 19 de julho de 1993, que trata sobre o Controle de Movimentos Transfronteiriços de Resíduos Perigosos e seu Depósito (Convenção de Basiléia).⁶⁶ Este decreto apresenta três objetivos principais, sendo eles: estipular obrigações para reduzir ao mínimo as movimentações fronteiriças de resíduos e, principalmente, exigir que o manuseio seja feito de modo correto e ambientalmente seguro; reduzir a quantidade e os níveis tóxicos dos resíduos gerados, resguardando o depósito e a recuperação destes e acompanhar os países em desenvolvimento na implantação de suas disposições e proibir o embarque de lixo para países que não possuem as condições para dar fim aos resíduos de maneira correta e segura.

A referida Convenção tem como papel designar aos países desenvolvidos a liderança de uma dinâmica que busca combater o descarte inadequado de resíduos e amparar os países em desenvolvimento no manuseio e descarte desse lixo.⁶⁷

Nota-se que diante das consequências da obsolescência para o meio ambiente, a medida foi tomada pelo legislador para controlar o fenômeno, por se tratar de uma necessidade da sociedade que inclusive movimenta a criação de campanhas que buscam o controle do consumo desmedido e o descarte inadequado de lixo.

Contudo, o mais importante é que o consumidor tem que assumir seu papel em relação a isto, perceber que seu direito está sendo violado e procurar os órgãos responsáveis para a defesa de seus direitos e da coletividade no enfrentamento dos fabricantes que estão tentando assumir o controle do mercado.

⁶⁵ GONZALEZ, Amélia. **90% do lixo eletrônico do mundo são jogados em países africanos**. Nova Ética Social. Portal G1. 18/05/2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/natureza/blog/nova-etica-social/post/90-do-lixo-eletronico-do-mundo-sao-jogados-em-paises-africanos.html>>. Acesso em: 11 de setembro de 2019, às 09:00 horas.

⁶⁶ BRASIL. PLANALTO. **Decreto 875 de 19 de julho de 1993 – Convenção Basilar**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D0875.htm>. Acesso em: 13 de setembro de 2019, às 15:30 horas.

⁶⁷ BRASIL. PLANALTO. **Decreto 875 de 19 de julho de 1993 – Convenção Basilar**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D0875.htm>. Acesso em: 13 de setembro de 2019, às 15:30 horas.

3. DIREITO DO CONSUMIDOR

Os direitos resguardos aos consumidores são protegidos pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). Este código é um ordenamento jurídico, ou seja, trata-se de um agrupamento de normas que buscam proteger e resguardar os direitos direcionados ao comprador do serviço. Visa, também, moderar as relações consumeristas entre fornecedor e consumidor, bem como delimitar as responsabilidades cabíveis aos fornecedores, sendo eles os fabricantes dos produtos ou os prestadores de serviços.⁶⁸

3.1 ORIGEM E HISTÓRIA DO CÓDIGO DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor efetivou-se no Brasil em 11 de setembro de 1990 pela Lei nº 8.078, possuindo como objetivo nítido fornecer ao consumidor a proteção que necessitava ante as relações de consumo que se estabeleciam.⁶⁹

A elaboração de uma lei específica para o consumidor teve como preceito e fundou-se em relevante delineamento histórico e sobre necessidades que se mostraram evidentes nesse período durante a formação deste ordenamento jurídico.⁷⁰

Determinados acontecimentos históricos foram incitadores de profundas mudanças na sociedade, como o caso da obsolescência dos produtos, objeto neste estudo. Por conseguinte, tais mudanças foram expressas também no ordenamento jurídico e em leis advindas de modo a regular as novas relações humanas que se originavam, leis estas que seguem se atualizando conforme as demandas da sociedade.

Segundo José Geraldo Vinci Moraes, com a Revolução Industrial, ocorrida inicialmente na Inglaterra no final do século XVIII, houve a configuração de uma nova estrutura atinente à produção de bens direcionados à apropriação humana. Um novo modelo de produção foi estabelecido e a utilização de máquinas mostrou-se manifesta.⁷¹ Nas palavras do autor:

⁶⁸ RAMALHO, Roberto. **O que é o Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <<http://www.arcos.org.br/artigos/o-que-e-codigo-de-defesa-do-consumidor/>>. Acesso em: 13 de setembro de 2019, às 16:00 horas.

⁶⁹ BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 13 de setembro de 2019, às 17:00 horas.

⁷⁰ RAMALHO, Roberto. **O que é o Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <<http://www.arcos.org.br/artigos/o-que-e-codigo-de-defesa-do-consumidor/>>. Acesso em: 13 de setembro de 2019, às 16:00 horas.

⁷¹ MORAES, José Geraldo Vinci de. **História: geral e Brasil**. Volume único. 2ª ed. São Paulo: Atual, 2005. (Coleção Ensino Médio Atual), p.187.

Esse grande processo de mecanização industrial teve início no final do século XVIII, com a chamada Revolução Industrial. Ainda que existissem alguns tipos de máquinas antes desse período - como as máquinas de guerra, os moinhos de vento, as moendas ou os teares manuais -, foi somente entre o final do século XVIII e início do XIX que elas se estabeleceram com força na sociedade em geral, revolucionando a vida das pessoas e das comunidades.⁷²

Assim, conforme explica o citado autor, essa nova disposição produtiva exigia o manuseio das máquinas que nas várias fábricas eram empregadas e, para isso, a ação humana foi imprescindível para que essa conformação industrial se efetivasse. Houve com isso um grande movimento das pessoas do campo para as cidades com o intuito de trabalhar nessas fábricas e matrizes industriais. Deste modo, houve o transpassar do campo para as cidades e, por esse fato, o início da urbanização social, com um crescimento populacional.

Devido ao crescimento demográfico nesses centros urbanos ocorreu a intensificação das demandas e, por consequência, das ofertas. Este fato propiciou às indústrias maior atividade, evidenciando a incidência de grande movimentação no setor comercial e produtivo industrial, no que se relaciona ao seu desenvolvimento e modo de atuação.

Nas palavras de Luis Antonio Rizzatto Nunes:

[...] com o crescimento populacional nas metrópoles, que gerava aumento de demanda e, portanto, uma possibilidade de aumento da oferta, a indústria em geral passou a querer produzir mais, para vender para mais pessoas (o que era e é legítimo). Passou-se então a pensar num modelo capaz de entregar, para um maior número de pessoas, mais produtos e mais serviços. Para isso, criou-se a chamada produção em série, a “standartização” da produção, a homogeneização da produção.⁷³

O mesmo autor explica que “a Revolução Industrial rompe os paradigmas até então conhecidos levando o homem à cidade, que passa a produzir de maneira diferente e a consumir mais (nem sempre de maneira criteriosa, pois acaba consumindo o que não necessita).”⁷⁴

Essa nova organização social passou a ser intitulada como sociedade de massa. Esta sociedade de massa é caracterizada principalmente pelo seu aspecto quantitativo de indivíduos, pela sua densidade demográfica e, entre outras características, pela abordagem uniforme de seus cidadãos. Aqui, seus elementos individuais específicos não eram mais analisados socialmente, mas sim, tratados de maneira homogênea, implicando em um novo enquadro social jurídico

⁷² MORAES, José Geraldo Vinci de. **História: geral e Brasil**. Volume único. 2ª ed. São Paulo: Atual, 2005. (Coleção Ensino Médio Atual), p.187.

⁷³ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 43.

⁷⁴ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 41.

direcionado à vida das pessoas. Conforme explica Nunes, eram as pessoas dirigidas a um enfoque uniforme de observância e sua identificação pessoal como indivíduo foi extinta.⁷⁵

Tércio Sampaio Ferraz faz a seguinte descrição:

[...] uma sociedade de massa é sem dúvida uma sociedade onde a presença quantitativa é marcante. É óbvio, entretanto, que uma sociedade de massas não é apenas uma sociedade demograficamente grande, mas é também uma sociedade onde a uniformidade social prevalece sobre a universalidade. Portanto é aquela sociedade onde a tendência é tratar o indivíduo em termos uniformes, seja formalmente, seja materialmente. Uma sociedade de massas é uma sociedade onde se tendem a dirimir as relações jurídicas clássicas, que acompanhavam a cultura ocidental – pelo menos desde os romanos ou, até, antes deles – como relações pessoais (não vou dizer individuais); a sociedade de massas é uma sociedade onde essas relações pessoais tendem a se dirimir, onde não conseguimos mais perceber o ser humano como pessoa, onde somos tratados todos uniformemente.⁷⁶

Ademais, os produtos eram produzidos de maneira diferente do sistema anterior à Revolução. De um único produto elaborado, dele se faziam inúmeras cópias para posterior venda a um número determinado de pessoas e eram realizados de maneira a atendê-las de modo uniforme. Eram iguais em forma e material para todos, independentemente das diferenças individuais de cada. Como descreve Regina Beatriz Tavares Silva:

Temos, assim, a sociedade de massa. Dentre as várias características desse modelo destaca-se uma que interessa: nele a produção é planejada unilateralmente pelo fabricante no seu gabinete, isto é, o produtor pensa e decide fazer uma larga oferta de produtos e serviços para serem adquiridos pelo maior número de possível de pessoas. A ideia é ter um custo inicial para fabricar um único produto, e depois reproduzi-lo em série. Assim, por exemplo, planeja-se uma caneta esferográfica única e a partir desta reproduzem-se milhares milhões de vezes em série.⁷⁷

Em expressão a esse novo olhar sobre as pessoas em sociedade, tratadas de modo uniforme, e a esse novo modelo de produção, houve o estabelecimento de novos alicerces jurídicos à conduta humana.

Houve uma nova forma de associar os cidadãos às relações jurídicas de consumo que participavam. Foi estabelecido o contrato de adesão como novo instrumento designado à regular a direção jurídica dos consumidores dessa sociedade industrial. Criou-se um novo modelo contratual o qual expressava as mudanças havidas na sociedade e na indústria.⁷⁸

⁷⁵ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 41.

⁷⁶ FERRAZ, Tércio Sampaio, 1938. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da. et al. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2009, p.85

⁷⁷ SILVA, Regina Beatriz Tavares da. et al. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2009, p.83.

⁷⁸ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 45.

Conforme explica Luis Antonio Rizzato Nunes, “quem planeja a oferta de um serviço ou um produto qualquer, por exemplo, financeiro, bancário, para ser reproduzido milhões de vezes, também planeja um único contrato e o imprime e distribui milhões de vezes.”⁷⁹

O consumidor, ao adquirir um produto ou contratar um serviço, tinha como amparo somente a possibilidade de aderir a esse contrato, o qual era proposto de maneira uniforme a todos os outros, não havendo espaço para uma sistematização jurídica individual de sua relação. Nos dias e contratações atuais, com base no artigo 6º, V do CDC, existe a cláusula de revisão pura ou objetiva. Por meio dela, exige-se a onerosidade excessiva advinda de fatos supervenientes para que o consumidor tenha o direito de modificações ou rever o contrato.⁸⁰

Por esse novo quadro social o Código Civil, que regulava até então as relações privadas entre as pessoas, não mais mostrava-se suficiente para disciplinar esses fenômenos sociais. Sustentava-se ele em uma individualização do cidadão a qual não mais existia. Não era mais possível ao agente refletir e delinear de maneira pessoal o contrato, somente lhe sendo direito aderir a um já elaborado e conexo às relações de consumo. Como descrito a respeito dessa dissonância entre o direito existente, o Código Civil, e os novos acontecimentos sociais:

Sabe-se que nas relações contratuais no direito civil, no direito privado, há um pressuposto de que aqueles que querem contratar sentam-se à mesa em igualdade de condições e transmitem o elemento subjetivo volitivo de dentro para fora, transformando em dado objetivo num pedaço de papel. [...] [...] acontece que isto não serve para as relações de consumo. Esse esquema legal privatista para interpretar contratos de consumo é completamente equivocado, porque o consumidor não senta à mesa para negociar cláusulas contratuais. Na verdade, o consumidor vai ao mercado e recebe produtos e serviços postos e ofertados segundo regramentos que o CDC agora pretende controlar, e de forma inteligente.⁸¹

Foram elaboradas normas protetivas do consumidor de maneira mais específica e eficaz com o decorrer do tempo. Mostrava-se evidente a disparidade de posição entre o fornecedor dos bens e serviços e o consumidor, restando a esse apenas aderir à relação jurídica, ao caminho já decretado.⁸²

André Borges de Carvalho Barros e João Ricardo Aguirre também narram:

⁷⁹ NUNES, Luis Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p.42.

⁸⁰ BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 13 de setembro de 2019, às 18:00 horas.

⁸¹ NUNES, Luis Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p.43.

⁸² NUNES, Luis Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p.45.

Com efeito, a relação jurídica de consumo possui características peculiares a começar pelo desequilíbrio existente entre o consumidor e o fornecedor, que demandam tratamento diferenciado pela lei em atenção ao princípio da igualdade material prevista pela Constituição Federal de 1988 (os iguais devem ser tratados como iguais e os desiguais devem ser tratados de forma desigual na exata proporção da desigualdade).⁸³

Foi devido a este modo de tratamento que foi elaborado o Código de Defesa do Consumidor no Brasil no ano de 1990. Por meio de especial atenção a esses acontecimentos da história e, como forma de proteção ao consumidor, tendo como alicerce as normas que lhes sejam suficientes para manter resguardado direitos e dignidade, buscando por oferecer os recursos jurídicos necessários perante uma eventual situação prejudicial a um dano, associado à relação de consumo.

Consagrou-se não só em lei específica as normas dirigidas à proteção do consumidor, mas também se vislumbraram na Constituição da República. Como explica João Batista de Almeida:

A vitória mais importante nesse campo, fruto dos reclamados da sociedade e de ingente trabalho dos órgãos e entidade de defesa do consumidor, foi a inserção, na Constituição da República promulgada em 5 de outubro de 1988, de quatro dispositivos específicos sobre o tema. O primeiro deles, mais importante porque reflete toda a concepção do movimento, proclama: “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (art. 5º, XXXII). Em outra passagem, é atribuída competência concorrente para legislar sobre danos ao consumidor (art. 24, VIII). No capítulo da Ordem Econômica, a defesa do consumidor é apresentada como uma das faces justificadoras da intervenção do Estado na economia (art. 170, V). E o art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias anunciava a edição do tão almejado Código de Defesa do Consumidor, que se tornou realidade pela Lei n. 8.078, de 11-9-1990, após longos debates, muitas emendas e vários vetos, tendo por base o texto preparado pela Comissão de Juristas e amplamente debatido no âmbito do CNDC.⁸⁴

Como expresso pelo autor, a inclusão de quatro dispositivos que buscam a proteção do consumidor na Carta Magna foi uma grandiosíssima conquista.

Portanto, a legislação consumerista se estabelece em um cenário de proteção a uma parte considerada frágil no que se chama de relação de consumo, sobre a qual será aprofundada a seguir.

⁸³ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.10

⁸⁴ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2006. p.10.

3.2 RELAÇÃO DE CONSUMO

André Borges de Carvalho Barros e João Ricardo Aguirre ensinam que no âmbito das interações pessoais e jurídicas entre os indivíduos, quando esses dirigidos a uma atividade consumista, em que é observado a compra de um bem ou serviço e a conseqüente alienação e prestação desses elementos, elenca-se as partes dessa relação inseridas em uma determinada relação, cuja essência é o esboço jurídico que essas pessoas assumem, sendo-lhes associado a noção de consumidor e fornecedor ao comporem as posições, de cada lado, desse relacionamento. A esse vínculo que se estabelece entre as partes é dirigida a conceituação de relação de consumo.⁸⁵

Orientam-se como alicerce à configuração da relação de consumo as interações atinentes entre o fornecedor e o consumidor e, ademais, os produtos e serviços pertencentes a esse enquadro de correlação entre os agentes. Baseia-se essa relação, desse modo, em componentes subjetivos, as pessoas, e objetivos, os produtos ou serviços dispostos àquelas.

André Borges de Carvalho Barros e João Ricardo Aguirre descrevem:

Podemos, então, definir a relação jurídica de consumo como aquela estabelecida entre consumidores e fornecedores com o objetivo de fornecer produtos e prestar serviços. O fato jurídico marcado pela presença dos elementos subjetivos (as partes) e do elemento objetivo (a prestação) justifica e autoriza a aplicação do diploma consumerista.⁸⁶

Conforme exposto, Barros e Aguirre entendem como relação de consumo aquela estabelecida entre o consumidor e o fornecedor, na qual o fornecedor tem como objetivo o fornecimento de produtos e a prestação de serviços. O fato de ser resguardada pelo CDC ocorre por se dar entre partes e com uma prestação de serviço.

João Batista de Almeida também preceitua:

As relações de consumo são bilaterais, pressupondo numa ponta o fornecedor – que pode tomar a forma de fabricante, produtor, importador, comerciante e prestador de serviço –, aquele que se dispõe a fornecer bens e serviços a terceiros, e, na outra ponta, o consumidor, aquele subordinado às condições e interesses impostos pelo titular dos bens ou serviços no atendimento de suas necessidades de consumo.⁸⁷

⁸⁵ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.10.

⁸⁶ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.7.

⁸⁷ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2006., p.1.

Para somar com os doutrinadores anteriores, Almeida estabelece que a relação consumerista é formada por duas partes: o fornecedor e o consumidor. O primeiro tem a função de fornecer bens e serviços a terceiros, ou seja, ao consumidor, que é a segunda parte e fica “submisso” aos fatores impostos pelo fornecedor.⁸⁸

Roberto Senise Lisboa, leciona:

Sempre se constatando a presença dos elementos subjetivos (o fornecedor e o consumidor) e de um dos elementos objetivos mediatos em referência (o produto ou serviço), ao lado da causa, é que se torna aplicável o Código de Defesa do Consumidor sobre a relação jurídica em análise. A ausência de apenas um dos elementos acima citados obsta a incidência do Código de Defesa do Consumidor sobre a relação jurídica, exceção feita apenas ao consensualismo, que se encontra ausente em algumas relações, como aquela existente entre o fornecedor indireto e o consumidor adquirente ou entre o fornecedor direto e o consumidor utente. Ou, ainda, nos casos de responsabilidade extra negocial. Não sendo aplicado o microsistema de proteção do consumidor, a relação de direito não será de consumo, submetendo-se os interessados à legislação compatível, de acordo com a natureza jurídica do liame estabelecido (civil, comercial, penal, processual, administrativo...)⁸⁹

Corroborando com os demais doutrinadores, Lisboa defende a necessidade de haver a presença do fornecedor e do consumidor, juntamente com a prestação de um serviço, para que seja viável e possível a aplicação do CDC.

Sendo assim, entende-se como relação de consumo a vinculação estabelecida entre o consumidor e o fornecedor que é dirigido o Código de Defesa do Consumidor. Fica estabelecido e delineado nele os componentes subjetivos e objetivos dessa relação e, caso estes não estejam presentes, estará descaracterizada a relação de consumo e o direito que a ela concerne.

Mas o que a relação de consumo tem a ver com a obsolescência? A resposta para essa pergunta é simples e direta: tudo. A obsolescência, em seus variados tipos, é desempenhada pelo fornecedor. Ou seja, é o fabricante, aqui caracterizado como fornecedor, quem estipula e introduz o defeito no objeto adquirido pelo consumidor para que este estrague (obsolescência programada). Do mesmo modo que é o fabricante quem produz produtos cada vez mais aperfeiçoados, deixando os “antigos” ultrapassados (obsolescência tecnológica). E, por fim, é o fabricante quem faz as propagandas com o intuito de desvalorizar os produtos que estão no mercado precocemente (obsolescência perceptiva) despertando a necessidade de consumo nos consumidores.

⁸⁸ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2006., p.1.

⁸⁹ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2006., p.1.

Deste modo, faz-se necessário entender a relação de consumo e os elementos subjetivos presentes nela, ou seja, as partes envolvidas nesta relação.

3.3 ELEMENTOS SUBJETIVOS: FORNECEDOR E CONSUMIDOR

Como já exposto no tópico anterior, para que exista e seja válida uma relação de consumo resguardada e protegida pelo CDC deve haver a presença dos elementos subjetivos, que são: o fornecedor, a quem fica atribuída a função de prestador de serviço e, o consumidor, que é quem busca e faz o uso do serviço prestado pela outra parte.

3.3.1 Consumidor

A relação existente entre a obsolescência programada, enfoque principal deste trabalho, e o consumidor dá-se de modo que a obsolescência deixa o consumidor em situação desfavorável dentro da relação consumerista. É imprescindível que, inicialmente, se entenda quem se enquadra como consumidor.

A concepção de consumidor está expressa no artigo 2º caput e parágrafo único do Código de Defesa do Consumidor, *in verbis*:

Art. 2º - Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.⁹⁰

Os elementos definidores da noção de consumidor devem ser apreciados de maneira correlacionada, em amplitude de sentido, considerando-os como um todo explicativo.

Correspondente aos elementos dispostos na conceituação legal, algumas ponderações podem ser aduzidas.

Tanto as pessoas físicas como as jurídicas podem ser elencadas como consumidor. Para que uma pessoa jurídica possa ser estabelecida como consumidora, deve ela adquirir produtos e serviços compatíveis com sua organização, de modo que lhes sejam úteis ao processo de produção e que estejam relacionados ao conceito de bem de consumo.

⁹⁰ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 08:00 horas.

A esse ambiente direcionado à pessoa jurídica, é relacionado o artigo 51, inciso I, parte final, do Código de Defesa do Consumidor, que estabelece a possibilidade de limitação de determinada responsabilidade indenizatória que possa vir a ser vinculada a um fornecedor, mas desde que o consumidor seja uma pessoa jurídica. Permite-se que o fornecedor estabeleça cláusula contratual com finalidade de limitar seu dever de ressarcimento, mas em situações justificáveis.⁹¹

Dessa maneira, sendo o consumidor uma pessoa jurídica, ao fornecedor é dada a perspectiva de limitação de sua responsabilidade. Como descrito:

Art. 51 - São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

I - Impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. **Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor-pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis;** (Sem grifos no original).⁹²

Apesar da norma descrita estabelecer a impossibilidade de atenuação de responsabilidade referente ao fornecedor, na parte final do inciso expresso é lhe expectado a limitação de responsabilidade, desde que o consumidor seja uma pessoa jurídica. O porquê dessa facilitação?

Isto porque pode haver a aquisição de produto ou serviço de consumo para fins de produção. Situação essa cujas expressões não assumem os aspectos que se referem a uma relação de consumo, mas a uma atividade fora desse âmbito. A pessoa jurídica que adquire os produtos não é destinatária final, mas sim um elemento de produção que vai utilizar os materiais adquiridos para tal fim, produzir. Para que haja relação de consumo é necessário haver um destinatário final dos produtos e serviços ofertados no mercado.

Também, para que a limitação de responsabilidade possa ser presente, necessária disposição contratual vinculada à pessoa jurídica consumidora.

Como expõe Luiz Antonio Rizzatto Nunes:

Mas a lei resolveu abrir uma exceção (a do citado inciso I do art. 51). E não foi para os casos comuns, mas apenas os que envolvam o consumidor pessoa jurídica em “situações justificáveis”. E quais seriam elas?

Conforme se verá quando de nossa análise do caput do art. 25, em necessária consonância com o inciso I do art. 51, a exceção legal de permissão para fixação de

⁹¹ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 08:00 horas.

⁹² BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 08:00 horas.

cláusula contratual limitadora do dever de indenizar pressupõe duas hipóteses para o atingimento de sua finalidade:

a) que o tipo de operação de venda e compra de produto ou serviço seja especial, fora do padrão regular de consumo;

b) que a qualidade de consumidor-pessoa jurídica, por sua vez, também justifique uma negociação prévia de cláusula contratual limitadora.

Para o fornecedor exercer a prerrogativa de negociar a inserção de cláusula contratual limitadora de seu dever de indenizar é necessário que estejam presentes as duas situações previstas nas letras “a” e “b”, simultaneamente.⁹³

Na descrição legal, será consumidor a pessoa que tanto adquire como a que usa os produtos e serviços dispostos pelo fornecedor. Dessa maneira, caso haja a simples utilização do produto ou serviço por alguém, será o bastante para sua adjetivação e para sua consequente proteção pelo CDC.

Como exemplo André Borges de Carvalho Barros e João Ricardo Aguirre narram:

Assim, se uma pessoa compra um presente para dar de aniversário a um amigo, tanto quem comprou como também quem ganhou o presente são consumidores. Da mesma forma, se uma pessoa faz uma festa de casamento e contrata um bufê para servir o jantar tanto quem contratou como também quem se alimentou são consumidores.⁹⁴

Os mesmos autores falam sobre as observações também quanto ao termo “destinatário final” disposto na lei. Três teorias, na doutrina e jurisprudência, expõem-se para explicar a abrangência desse termo (destinatário final) e as situações que ele envolve. Tais teorias são: interpretação maximalista (objetiva); interpretação finalista (subjéctiva ou teleológica); interpretação mista (híbrida ou finalismo aprofundado).⁹⁵

Conforme o pensamento dos autores, as divergências de pensamento referentes ao termo citado dirigem-se ao fato da possibilidade de o consumidor adquirir ou utilizar o produto ou serviço para o fim de produção, ou seja, como um agente vinculado à elaboração de novos artefatos, e não como um destinatário final desse produto, ao seu consumo directo. Para determinada teoria somente será consumidor e, deste modo, ficará resguardado sob a proteção do CDC, aquele que realmente destacar-se como destinatário final do bem ou serviço, estando excetuado aquele que utilizar de tais para a actividade de produção de novos objetos.

André Borges de Carvalho Barros e João Ricardo Aguirre explicam que tais interpretações estão directamente ligadas à questão de quem pode ser considerado consumidor.⁹⁶

⁹³ NUNES, Luis Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e actual. São Paulo: Saraiva, 2011, p.127.

⁹⁴ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.9.

⁹⁵ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012.

⁹⁶ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.9.

Para a Interpretação Maximalista ou Objetiva é suficiente que a pessoa adquira ou use um bem ou serviço para ser considerada consumidora, não sendo necessária a indagação sobre se tais produtos estejam sendo utilizados para consumo próprio ou como elementos de produção a fomentar determinada atividade de consumo.⁹⁷

Essa corrente estabelece a interpretação extensiva do caput do art. 2º do Código de Defesa do Consumidor. Não é objeto de averiguação o fato de o objeto ou serviço serem utilizados em uma ordenança produtiva, como pertencentes ao processo de produção de outros bens.⁹⁸

Dessa maneira, a noção de consumidor pode abranger quaisquer pessoas que adquiram ou utilizem um bem ou serviço. Há maior amplitude de consideração.

Assim, tanto na situação de uma pessoa, que em uma concessionária, adquire um automóvel, como na circunstância dessa concessionária adquirir esse mesmo bem da montadora como intermediária para ulterior venda, vinculando-o a um processo produtivo, estará caracterizada em ambas ocasiões a relação de consumo de modo ser incidente a Lei 8078/90 para a proteção do consumidor, que nesse exemplo será tanto aquele que compra o bem da concessionária, no primeiro caso, como será considerada consumidora a concessionária que adquiriu o produto da montadora para a elaboração de outros bens destinados a posterior venda.

Enquanto que na Interpretação Finalista, Subjetiva ou Teleológica, ao contrário da teoria Maximalista, será indispensável a ciência sobre os bens ou serviços adquiridos ou utilizados, para que se saiba se integram determinada linha de produção ou somente se relacionam a um consumo direto.⁹⁹

Nessa linha de pensamento será considerado consumidor somente aquele que adquirir ou utilizar um produto como destinatário final, estando excluídas as pessoas que incluam esses bens em uma atividade econômica produtiva ou para a obtenção de lucro.

É disposto, por esse meio de compreensão, uma interpretação restritiva do art. 2º do Código de Defesa do Consumidor. Admite-se como consumidor unicamente aquele que se verificar como destinatário final.¹⁰⁰

⁹⁷ LIMA, Erika Cordeiro de Albuquerque dos Santos Silva. **Teorias acerca do conceito de consumidor e sua aplicação na jurisprudência do STJ**. Revista Jus Navigandi. 14/11/2014. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/30052>>. Acesso em 09 de outubro de 2019, às 17:00 horas.

⁹⁸ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.9.

⁹⁹ LIMA, Erika Cordeiro de Albuquerque dos Santos Silva. **Teorias acerca do conceito de consumidor e sua aplicação na jurisprudência do STJ**. Revista Jus Navigandi. 14/11/2014. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/30052>>. Acesso em 09 de outubro de 2019, às 17:00 horas.

¹⁰⁰ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 17:10 horas.

André Borges de Carvalho Barros e João Ricardo Aguirre explicam que na jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça desde 2004 a teoria finalista sucedeu a teoria maximalista, e isto pode ser observado nos julgados de lá para cá. Em um dos casos mais conhecidos, o Tribunal decidiu que “a aquisição de bens ou utilização de serviços, por pessoa natural ou jurídica, com o escopo de implementar ou incrementar a sua atividade comercial, não se reputa como relação de consumo e, sim, como uma atividade de consumo intermediária.”¹⁰¹

Por fim, a Interpretação Mista, Híbrida ou Finalismo Aprofundado é entendida como um consenso entre a teoria Maximalista e a Finalista, de modo a compreender situações que esta última, por adotar uma interpretação bastante restrita do art. 2º do CDC, não abrange.

Fica estabelecido pressupostos da Teoria Finalista de maneira que admite como consumidor aquele que, mesmo não se enquadrando como destinatário final ou como pessoa produtiva, esteja em relação de vulnerabilidade perante o fornecedor. Analisa-se a vulnerabilidade da pessoa em meio ao mercado de consumo, delineando uma maior abrangência ao conceito de consumidor e, assim, admitindo maior amplitude de proteção pelas normas consumeristas.

Como disposto na jurisprudência:

EMENTA: AGRAVO REGIMENTAL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. CONSUMIDOR. RELAÇÃO DE CONSUMO. CARACTERIZAÇÃO. DESTINAÇÃO FINAL FÁTICA E ECONÔMICA DO PRODUTO OU SERVIÇO. ATIVIDADE EMPRESARIAL. MITIGAÇÃO DA REGRA. VULNERABILIDADE DA PESSOA JURÍDICA. PRESUNÇÃO RELATIVA.

1. O consumidor intermediário, ou seja, aquele que adquiriu o produto ou o serviço para utilizá-lo em sua atividade empresarial, poderá ser beneficiado com a aplicação do CDC quando demonstrada sua vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica frente à outra parte.

2. Agravo regimental a que se nega provimento. (Sem grifos no original)¹⁰²

Atualmente as decisões estão sendo pautadas na teoria Finalista, considerando consumidor aquela pessoa destinatária final do produto ou serviço, admitindo, no entanto, o abranger dessa teoria, destinando o conceito de consumidor e conseqüentemente a proteção que lhe é designada àquelas pessoas que sejam intermediárias produtivas do mercado de consumo e que estejam em situação de vulnerabilidade na relação jurídica.

¹⁰¹ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.14.

¹⁰² SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **AgRgno Ag 1316667/RO**, Rel. Ministro VASCO DELLA GIUSTINA (DESEMBARGADOR CONVOCADO DO TJ/RS), TERCEIRA TURMA, julgado em 15/02/2011.

Sobre a matéria André Borges de Carvalho Barros e João Ricardo Aguirre narram que há duas correntes com o objetivo de extrair o significado da expressão destinatário final.¹⁰³

A primeira corrente defende que o art. 2º, caput, do Código de Defesa do Consumidor, seja interpretado para exigir que o consumidor seja o destinatário final fático do produto ou serviço. Ou seja, considerando como consumidor a pessoa que adquire ou utiliza o produto ou serviço efetivamente, independente de estes bens serem usados para o desenvolvimento de uma atividade econômica/produzida ou não. Esse, segundo os autores, é o posicionamento minoritário da doutrina e da jurisprudência.¹⁰⁴

A segunda corrente, segundo os autores, defende que o art. 2º, caput, seja interpretado para exigir que seja considerado consumidor o destinatário final fático e econômico, ou seja, aquele que adquire ou utiliza o produto ou serviço sem reempregá-los em outras atividades como de bens de insumo. Portanto, para estes, o consumidor não pode agir de forma profissional para prolongar o ciclo econômico do produto ou do serviço adquirido. Segundo os autores, apenas em situações excepcionais os Tribunais admitem o consumidor profissional, mas somente quando é presente e irrefutável a vulnerabilidade.¹⁰⁵

3.3.2 Consumidor por equiparação

A lei designa, além do disposto no art. 2º do Código de Defesa do Consumidor, “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”, outras situações em que o conceito de consumidor pode ser direcionado estão descritas essas circunstâncias no parágrafo único do art. 2º, no artigo 17 e artigo 29, todos do código do consumidor.¹⁰⁶

Dessa maneira, o ordenamento jurídico estabelece a equiparação de consumidor àqueles que se relacionarem às situações legais.

É importante ressaltar que além do art. 2º, parágrafo único já citados para a consideração de quem é o Consumidor, o CDC também traz outros dispositivos nos quais o

¹⁰³ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.9-10.

¹⁰⁴ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.9-10.

¹⁰⁵ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.9-10.

¹⁰⁶ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 18:00 horas.

legislador procurou definir a quem se destina o direito arguido, equiparando-se a consumidores. São eles, os arts. 17 e 29, *in verbis*:

Art. 17- Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

Art.29 - Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.¹⁰⁷

O artigo 17, pertencente à seção II do Capítulo IV do Título I do Código de Defesa do Consumidor, seção denominada Da Responsabilidade Pelo Fato Do Produto Ou Serviço, é relacionado aos danos que determinado produto ou serviço ocasiona ao consumidor bem como às informações insuficientes ou inadequadas constantes no produto sobre sua utilização e riscos.¹⁰⁸

Portanto, por força desse artigo é considerado consumidor quaisquer pessoas que também sofreram a lesão, sendo também abrangidas pela proteção do CDC.

O artigo 29, o qual pertence à seção I do Capítulo V do Título I do Código de Defesa do Consumidor, na seção intitulada Das Práticas Comerciais, considera que será reputado consumidor as pessoas que integrarem essas práticas comerciais, sendo elas a coletividade de pessoas, as vítimas de evento danoso e as expostas às práticas comerciais.¹⁰⁹

A Coletividade de pessoas, expressa no parágrafo único do artigo 2º do CDC, diz respeito a vinculação de determinada coletividade de pessoas ao conceito de consumidor.¹¹⁰

Pela disposição normativa, equipara-se a consumidor o grupo de pessoas que, por certa ocasião, participara da relação de consumo, independente se tais adquiriram ou utilizaram um produto ou serviço. É suficiente para a caracterização dessas pessoas como consumidor a simples exposição à ação dos fornecedores.

Dirige-se a norma do parágrafo descrito à associação da coletividade com a relação de consumo, não se discursando sobre um dano específico, pois caso este ocorra, será pertinente o artigo 17, já exposto.

Nesse sentido Rizzatto Nunes narra que: “É essa regra que dá legitimidade para a propositura de ações coletivas para a defesa dos direitos coletivos e difusos, previstas no Título III da lei consumerista (arts. 81 a 107), e particularmente pela definição de direitos coletivos

¹⁰⁷ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 18:00 horas.

¹⁰⁸ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 18:00 horas.

¹⁰⁹ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 18:00 horas.

¹¹⁰ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 18:00 horas.

(inciso II do parágrafo único do art. 81) e direitos difusos (inciso III do parágrafo único do art.81) e na apresentação das pessoas legitimadas para proporem as ações (art. 82).”¹¹¹ Aqui, tem-se a defesa dos interesses coletivos, difusos e individuais homogêneos.

Conforme o artigo 17 preceitua, as pessoas vítimas de danos ocorridos pelos produtos ou serviços serão equiparadas a consumidor. As vítimas do acidente de consumo, ou seja, as pessoas prejudicadas pelos danos, serão protegidas também pelo código associado.

Rizzatto Nunes explica que como na situação da coletividade de pessoas, não importa se houve aquisição ou utilização do bem ou serviço. Nas palavras dele:

Exemplificando: se um posto de combustível explodir atingindo diversas pessoas será considerado como consumidor não apenas a pessoa que estava abastecendo (consumidor standard), mas também as pessoas que estavam passando pela rua e foram atingidas (consumidor bystander).¹¹²

Enquanto que, entende-se por consumidor exposto às práticas comerciais como aqueles elencados no artigo 29 do CDC. Assim sendo, diz respeito às pessoas que de alguma forma foram prejudicadas pelas práticas comerciais, sendo então equiparadas à idealização de consumidor.¹¹³

Mesmo não havendo a possibilidade de identificação de um único consumidor, serão amparadas as pessoas pelas práticas comerciais ofensivas. Ademais, ainda que nenhum agente se impulse no sentido de condenar o fenômeno abusivo, o aspecto hostil de tal fato ainda existirá e será passível de atuação judicial.

Rizzatto Nunes leciona:

Dessa forma, por exemplo, se um fornecedor faz publicidade enganosa e se ninguém jamais reclama concretamente contra ela, ainda assim isso não significa que o anúncio não é enganoso, nem que não se possa – por exemplo, o Ministério Público – ir contra ele. O órgão de defesa do consumidor, agindo com base na legitimidade conferida pelos arts. 81 s. do CDC, pode tomar toda e qualquer medida judicial que entender necessária para impedir a continuidade da transmissão do anúncio enganoso, para punir o anunciante etc., independentemente do aparecimento real de um consumidor contrariado.¹¹⁴

¹¹¹ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p.129.

¹¹² NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p.130.

¹¹³ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 18:00 horas.

¹¹⁴ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p.130.

O artigo citado mostra um delineamento bastante abstrato da concepção de consumidor que Rizzatto Nunes conclui: “Daí ter-se de dizer que o consumidor protegido pela norma do art. 29 é uma potencialidade. Nem sequer precisa existir.”¹¹⁵

Finalizando, após entender quem se enquadra como consumidor por equiparação, chega-se à conclusão de que este também é atingido pelas obsolescências.

3.3.3 Fornecedor

Inicialmente, é importante ressaltar que a obsolescência, principalmente a programada, enfoque deste trabalho, só existe porque os fornecedores, na pessoa dos fabricantes, as introduzem nos produtos visando o maior consumo e, conseqüentemente, maior lucratividade. Preliminarmente, faz-se necessário entender quem são os fornecedores.

Em primeira atenção, o Código de Defesa do Consumidor estabelece a ideia de fornecedor como o gênero, cuja expressão abrange formas determinadas, orientando-se com base nas características de postura assumidas quando relacionadas à maneira da atividade que a pessoa efetua. É o gênero, o qual pode abranger o fabricante, o produtor, o construtor, o importador e o comerciante.

O conceito de fornecedor está expresso no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, *in verbis*:

Art. 3º - Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestações de serviços.¹¹⁶

Elenca-se o fornecedor como aquele participante da ordem de fornecimento de produtos ou serviços.

Como descreve João Batista de Almeida:

A definição legal praticamente esgotou todas as formas de atuação no mercado de consumo. Fornecedor é não apenas quem produz ou fabrica, industrial ou artesanalmente, em estabelecimentos industriais centralizados ou não, como também quem vende, ou seja, comercializa produtos nos milhares e milhões de pontos-de-venda espalhados por todo o território. Nesse ponto, portanto, a definição de fornecedor se distancia da definição de consumidor, pois enquanto este há de ser o destinatário final, tal exigência já não se verifica quanto ao fornecedor que pode ser o fabricante originário, o intermediário ou o comerciante, bastando que faça disso sua

¹¹⁵ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p.130.

¹¹⁶ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 18:00 horas.

profissão ou atividade principal. Fornecedor é, pois, tanto aquele que fornece bens e serviços ao consumidor como também aquele que o faz para o intermediário ou comerciante, porquanto o produtor originário também deve ser responsabilizado pelo produto que lança no mercado de consumo (CDC, art. 18).¹¹⁷

Considerando a descrição estabelecida no artigo 3º do Código do Consumidor, importante realçar o conceito de atividade nele posto. Por este, poder-se-á afirmar se há realmente relação de consumo e se está presente a figura do fornecedor nesse encadeamento. Determinadas atividades realizadas mesmo por um comerciante podem não caracterizar a relação cuja ordenança é normatizada pelo CDC, sendo necessário a observância dessas realizações para se ter a exata ciência se estão ou não enquadradas como relação de consumo.

Tal relação de consumo está interligada a obsolescência programada de modo que, como já visto, a relação entre as partes não pode ser mais onerosa para uma do que para outra. Deve-se buscar seguir os princípios regulamentadores do CDC.

Rizzatto Nunes descreve que:

[...] Por exemplo, se uma loja de roupas vende seu computador usado para poder adquirir um novo, ainda que se possa descobrir no comprador “um destinatário final”, não se tem relação de consumo, porque essa loja não é considerada fornecedora. A simples venda de ativos sem caráter de atividade regular ou eventual não transforma a relação jurídica em relação jurídica de consumo. Será um ato jurídico regulado pela legislação comum civil ou comercial.¹¹⁸

Assim, determinada situação poderá ser regulada por leis civis ou comerciais, mas não pelo CDC. Poderá somente ser dirigido as leis consumeristas ao caso se presente a relação de consumo.

Nesse sentido João Batista de Almeida explica:

O conceito legal de fornecedor engloba também as atividades de montagem, ou seja, a empresa que compra peças isoladamente produzidas para a montagem do produto final (p. ex., automóveis), as de criação, construção, transformação (de matéria-prima em produto acabado), bem como as de importação, exportação e distribuição (p. ex., do atacadista para os pequenos varejistas).¹¹⁹

¹¹⁷ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2006, p.40-41.

¹¹⁸ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p.132.

¹¹⁹ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2006, p.40-41.

A descrição apresentada no artigo 3º não é taxativa. Outras situações podem relacionar-se à noção de fornecedor, como exemplo serviços educacionais e de administração imobiliária, como expõe Almeida.¹²⁰

¹²⁰ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2006, p.40-41.

4. OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E O DIREITO DO CONSUMIDOR

A obsolescência programada consiste no fato de determinado produto estragar por vontade de seu fabricante. Ou seja, no momento de sua fabricação ou após o início do seu uso, através do uso das tecnologias, o fabricante faz com que o produto estrague para que seu proprietário (o consumidor) compre outro. Mas qual a ligação do tema com o Código de Defesa do Consumidor? É isso que será abordado no presente capítulo.

4.1 PRINCÍPIOS CONSAGRADOS NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A Constituição Federal de 1988 traz expresso em seu artigo 5º, inciso XXXII que todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, ficando destinado ao Estado promover, na forma da lei, a defesa do consumidor.¹²¹

Ainda dentro da Constituição Federal, em seu artigo 170, inciso V, fica estabelecido que 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, entre vários princípios, o da defesa do consumidor.¹²²

O art. 4º do Capítulo II da Lei nº 8.078 versa sobre a Política Nacional de Relações de Consumo prevendo o seguinte:

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:

I - Reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - Ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

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

¹²¹ BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:00 horas.

¹²² BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:00 horas.

ordem econômica, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.¹²³

O trecho transcrito dispõe sobre a Política Nacional de Relações de Consumo a qual possui como finalidade defender as necessidades ligadas aos consumidores. Tal defesa é feita por intermédio dos Princípios.

Como ensinam os doutrinadores, como por exemplo o Prof. Maldonado de Carvalho, os princípios possuem como função estabelecer o equilíbrio entre as relações consumeristas buscando sempre atender as necessidades dos consumidores, buscando sempre preservar a dignidade, a saúde, a segurança, a proteção dos interesses econômicos, melhoria da qualidade de vida, transparência e harmonia entre as relações de consumo entre consumidor e fornecedor.¹²⁴

Nas palavras dele:

São essas justamente as premissas básicas do direito do consumidor, sendo todos os esforços no sentido de se obter um consumo consciente e seguro, em que o consumidor venha ser devidamente informado acerca das características, modo de utilização, riscos e preços do produto ou serviço a ser contratado.¹²⁵

Conforme explica Maldonado, o CDC é conhecido como lei principiológica, visto que seu sistema é baseado em princípios e normas aos quais é atribuído grande grau de valoração. Os princípios norteadores do CDC não são taxativos, mas sim, exemplificativos, pois não têm um fim com a simples menção da lei.

Segundo Maldonado, alguns dos princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor são o Princípio da Vulnerabilidade, Princípio da Intervenção Estatal, Princípio do Equilíbrio, Princípio da Publicidade, Princípio do Dever Governamental, Princípio da Boa-Fé

¹²³ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹²⁴ MALDONADO DE CARVALHO. Princípios Gerais do CDC e Direitos básicos do consumidor. **Cadernos do Curso de Extensão de Direito do Consumidor**. ENERJ, 2013, p.12.

¹²⁵ MALDONADO DE CARVALHO. Princípios Gerais do CDC e Direitos básicos do consumidor. **Cadernos do Curso de Extensão de Direito do Consumidor**. ENERJ, 2013, p.12.

Objetiva, Princípio da Ampla Informação, Princípio da Garantia de Adequação, Princípio do Acesso Efetivo e Diferenciado à Justiça, Princípio da Proteção, Princípio da Confiança e o Princípio da Transparência.¹²⁶

O Princípio da Vulnerabilidade está mencionado no inciso I do artigo 4º da Lei nº 8.078. É considerado como um pressuposto principal para que se caracterize o consumidor, ou seja, é o reconhecimento do consumidor como sendo frágil quando comparado ao fornecedor. As relações contratuais são determinadas sobre o respaldo deste princípio e, principalmente, sobre o cuidado relacionado a abusos nas relações consumeristas. Este princípio é conhecido como o princípio base de todas as relações de consumo e, deste modo, norteia todos os outros princípios.¹²⁷

Todos os consumidores são taxados como vulneráveis, independentemente de sua condição econômica e de qualquer outra característica, pois, na relação que estão presentes, são a parte mais fraca. Antonio Carlos Morato subdivide a vulnerabilidade em três: cognitiva, econômica e a genérica.¹²⁸

A vulnerabilidade cognitiva diz respeito a “falta” de conhecimento (técnico ou jurídico) do que está sendo trazido à baila, a econômica está ligada a carência de recursos financeiros e a genérica ou absoluta, conforme também preceitua Celso Antonio Bandeira de Mello¹²⁹, qualifica a categoria jurídica vulnerável.

A relação entre este Princípio e a obsolescência programada será abordado em um tópico a frente.

O Princípio da Intervenção Estatal está previsto nos artigos 5º, inciso XXXII, art. 170 da Constituição Federal¹³⁰ e artigo 4º, inciso II do Código de Defesa do Consumidor¹³¹. Este princípio estabelece ao Estado a obrigação de atuar nas relações de consumo com o objetivo de proteger a parte mais fraca, ou seja, o consumidor. O Estado poderá agir direta e indiretamente. Diretamente será por meio do seu poder de polícia e indiretamente será por meio das políticas

¹²⁶ MALDONADO DE CARVALHO. Princípios Gerais do CDC e Direitos básicos do consumidor. **Cadernos do Curso de Extensão de Direito do Consumidor**. ENERJ, 2013, p.12.

¹²⁷ MORATO, Antonio Carlos. **Pessoa jurídica consumidora**. São Paulo: Ed. RT, 2008. p.31.

¹²⁸ MORATO, Antonio Carlos. **Pessoa jurídica consumidora**. São Paulo: Ed. RT, 2008. p.31.

¹²⁹ MELLO, Celso Antonio Bandeira de. **Conteúdo jurídico do princípio da igualdade**. 2. ed. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 1984. p. 59-60.

¹³⁰ BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:00 horas.

¹³¹ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

governamentais. A sua atuação deverá ser para garantir o respeito na relação contratual, visando manter a equivalência entre as partes.¹³²

Este Princípio se relaciona com a obsolescência programada de modo que o Estado fica responsável por proteger o consumidor, parte mais fraca, dentro da relação de consumo. Tal responsabilidade dar-se-á para que a relação entre as partes seja equivalente para ambas, não podendo haver desigualdades. Como já foi citado acima, os posicionamentos de variados Tribunais visam sempre pela proteção do consumidor e, conseqüentemente, pela garantia de seus direitos.

O Princípio do Equilíbrio foi o princípio fundamentador para a criação do Código de Defesa do Consumidor. Seu principal objetivo é garantir a igualdade entre as partes tendo em vista que perante o fabricante, o consumidor é totalmente vulnerável. Diante deste fato, para que o legislador imponha as leis nas relações de consumo, o mesmo deve sempre buscar pela igualdade entre as partes da relação.¹³³

Relacionando-o com a obsolescência, fica demonstrado a fragilidade do consumidor, que fica constantemente sendo “convencido” a comprar novos produtos. Quanto ao fornecedor, estes criam produtos e necessidades diferentes a cada dia, acarretando excessiva onerosidade às relações de consumo. Portanto, conforme exposto, não há equilíbrio na relação entre as partes.

O Princípio da Publicidade cuida das informações e mensagens que são vinculadas nas publicidades dos produtos, buscando evitar publicidades falsas.

Este Princípio é de grande importância para as obsolescências visto que, é por meio dele que são feitas as propagandas com o intuito de convencer o consumidor. Sem a publicidade os fornecedores não conseguiriam chamar a atenção dos consumidores para os novos produtos e suas novas funções, as quais nem sempre são tão relevantes como são apresentadas nas publicidades.

¹³² WIERZCHÓN, Silvana Aparecida; OLIVEIRA, Edenilson Carlos de; DAYEH, Munir Abel K. D.; FIGUEIRA, Gomer; GOTTEL, Eliana. **Princípios gerais da defesa do consumidor e direitos básicos do consumidor**. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=2702>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:00 horas.

¹³³ JURISTAS. **Princípio do equilíbrio nas relações de consumo**. Disponível em: <<https://juristas.com.br/foruns/topic/principio-do-equilibrio-nas-relacoes-de-consumo/>>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:00 horas.

O Princípio do Dever Governamental está mencionado no artigo 4º, incisos II, VI e VII do Código de Defesa do Consumidor¹³⁴ tem como função garantir ao consumidor serviços prestados com qualidade, segurança, desempenho e durabilidade, além de garantir a defesa do consumidor até mesmo contra o Estado, quando este for o fornecedor. Além de ser resguardado pelo Código de Defesa do Consumidor, a Constituição Federal, em seu artigo 5º, inciso XXXII, traz que caberá ao Estado a defesa do consumidor.¹³⁵ O Procon, nos Estados e nos municípios, o Ministério da Justiça, Decon/Polícia Civil e Ministérios Públicos são exemplos de entidades que atuam no âmbito extrajudicial visando a proteção dos consumidores.¹³⁶

Este Princípio falha, quando relacionado à obsolescência programada, no ponto que assegura ao consumidor que os produtos sejam duráveis. Neste tipo de obsolescência, o produto muitas vezes já é fabricado para estragar em um determinado período de tempo, não sendo durável de modo como deveria ser naturalmente.

O Princípio da Boa-Fé Objetiva resguarda que as relações consumeristas devem ser pautadas na lealdade e cooperação entre as partes. Deve-se buscar sempre combater os exageros e a sobreposição dos interesses dos particulares, agindo sempre com a verdade.

Quando o consumidor adquire um produto ele espera que o mesmo dure até ocorrer seu desgaste natural, contudo, não é isso que ocorre. Este princípio se relaciona com a obsolescência programada visto que, conforme já entendido o significado do termo, os produtos comprados para durar, estragam por ação de seus fabricantes, fato este que viola o Princípio da Boa-Fé na relação consumerista.

O Princípio da Ampla Informação está presente no artigo 4º, inciso IV do Código de Defesa do consumidor.¹³⁷ Este princípio defende a prestação de esclarecimentos sobre os direitos e deveres das partes, visando manter a relação consumerista harmônica e buscando evitar qualquer ato que não seja favorável ao que é de direito de o consumidor saber.

¹³⁴ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹³⁵ BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:00 horas.

¹³⁶ JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. **Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC**. Disponível em: <<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil/anexos/sistema-nacional-de-defesa-do-consumidor-sndc>>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹³⁷ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

Outro Princípio que é violado pela obsolescência é este, pois, quando se adquire um determinado produto não é informado ao consumidor quando o produto irá estragar. Deste modo, existe informações ocultadas quando deveriam ser todas comunicadas.

O Princípio da Garantia de Adequação é mencionado no artigo 4º, caput, do Código de Defesa do Consumidor¹³⁸ e diz respeito a correta prestação dos serviços garantindo segurança e qualidade e, respeitando os interesses econômicos das partes, buscando sempre pela garantia de que os produtos desempenhem corretamente a função que lhe é conferida, sejam feitos para durar e que sejam confiáveis.

Comparando a obsolescência programada com este Princípio, vê-se nitidamente que os produtos afetados por ela não desempenham a garantia adequada pela qual o consumidor adquire o produto. Por exemplo: quando o consumidor compra uma impressora ele não sabe que ao atingir um determinado número de impressões ela irá estragar. Deste modo, ela não desempenha sua função e não é durável.

O Princípio do Acesso Efetivo e Diferenciado à Justiça está previsto no artigo 6º, incisos VII e VIII do Código de Defesa do Consumidor e assegura a todos o direito à justiça.¹³⁹

Quando o consumidor compra o produto e se vê descontente com algo, como no exemplo da obsolescência programada o produto estraga, fica assegurado a ele o direito à justiça.

Além dos princípios citados, conforme narra o Prof. Maldonado de Carvalho¹⁴⁰, outros doutrinadores definem como também sendo princípios que norteiam a defesa do consumidor os: Princípio da Proteção que está presente no artigo 6º, do Código de Defesa do Consumidor, o qual resguarda a integridade econômica, física e psíquica do consumidor, onde o dever de proteção fica estabelecido ao Estado, conforme exposto no artigo 5º, XXXII da Constituição Federal; Princípio da confiança por meio do qual o fabricante deve agir com integridade perante o consumidor; Princípio da transparência onde além da clareza sobre as informações expostas ao consumidor, garante o livre acesso as informações sobre o produto.

¹³⁸ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹³⁹ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁴⁰ MALDONADO DE CARVALHO. Princípios Gerais do CDC e Direitos básicos do consumidor. **Cadernos do Curso de Extensão de Direito do Consumidor**. ENERJ, 2013, p.12.

Além destes, existem inúmeros outros princípios. Contudo, o princípio ao qual se dirige as questões da obsolescência programada, objeto do presente estudo, é o da vulnerabilidade, já que o consumidor fica à mercê das práticas de encurtamento de vida útil dos produtos e das estratégias de que as empresas lançam mão para persuadir o consumo desenfreado.

4.2 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

Os impactos causados pela obsolescência programada afetam diversas áreas dentre as quais: a área ambiental, a saúde pública, a econômica e, especialmente, a do consumo, sendo responsável por inúmeros problemas.

Ana Lúcia Saad explica que os problemas da obsolescência relacionados ao consumo também estão intimamente ligados aos problemas causados ao meio ambiente, portanto as empresas não devem separá-los porque as consequências negativas impactam a presente e as futuras gerações.¹⁴¹

A empresa sabe que seu produto vai quebrar em curto período de tempo e não toma nenhum tipo de providência para evitar este desgaste. Algumas vezes esta ação é proposital, colocando nos produtos elementos mais fracos que não vão resistir ao que seria a vida útil ideal. Em outros casos é mais difícil localizar a responsabilidade da empresa, pois com um pequeno investimento se poderia aumentar muito a vida útil do produto, o que, por políticas internas da própria empresa, não é feito.¹⁴²

A obsolescência programada é um exemplo dessa desordem, visto que é culpada por violar os direitos tanto dos consumidores como ambiental, devido ao consumismo desenfreado que tem como consequência tanto a exploração da sociedade como a produção de lixo em excesso.

Como já exposto no primeiro capítulo, a obsolescência foi criada justamente com a intenção de estimular o mercado consumidor a consumir cada vez mais. Não importa o estado do mercado, a obsolescência passou a ser regra de modelo para produção.

Por exemplo, se o mercado estiver parado ou tiver ofertas em excesso, ao invés de se diminuir as produções, continua-se a produzir cada vez mais e os produtos passam a ser

¹⁴¹ SAAD, Ana Lúcia. **Autocad – atualizações frequentes: avanço tecnológico ou obsolescência programada?** 2001. 186 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo.

¹⁴² SAAD, Ana Lúcia. **Autocad – atualizações frequentes: avanço tecnológico ou obsolescência programada?** 2001. 186 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo.

vendidos por meio de técnicas, sendo que uma delas é justamente a redução da vida útil do produto, porque quando o produto estraga, ou o consumidor fica sem ou ele compra um novo.

Annie Leonard faz questionamentos sobre essa técnica que passou a fazer parte do consumo, nas palavras dela:

Eu cresci com o mesmo telefone, a mesma geladeira e o mesmo relógio na cozinha; nenhum deles foi substituído por minha mãe ao longo dos anos, até que a geladeira deixou de funcionar e o telefone de disco foi trocado por um modelo com secretária eletrônica. O relógio ainda é o mesmo. Mas hoje eletrodomésticos e aparelhos eletrônicos, embora não sejam anunciados como descartáveis, são tratados dessa forma.¹⁴³

A autora narra sobre o fato das coisas terem se tornado descartáveis por conta das técnicas utilizadas pelos fabricantes, que tornam os produtos descartáveis e que geram revolta nos consumidores. Um exemplo de revolta é, por exemplo, casos como o citado da Apple, que são levados à Justiça.

O Código de Defesa do Consumidor com seus princípios norteadores, como narrado no capítulo anterior, é um instrumento para combater os abusos por parte dos fabricantes. A legislação consumerista se atenta à segurança do consumidor e ao seu direito de informação, buscando estipular maneiras que impeçam práticas abusivas e desleais.

Os tribunais brasileiros, dando ênfase ao direito de informação e a boa-fé objetiva, que deve reger as relações de consumo, tem decidido contra as práticas de obsolescência programada conforme mostra as ementas:

[...] TABLET DE TERCEIRA GERAÇÃO. SUBSTITUIÇÃO PELO TABLET DE QUARTA GERAÇÃO EM ALGUNS MESES. OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA. MODALIDADE PERCEPTIVA. PRÁTICA COMERCIAL ABUSIVA. PUBLICIDADE ENGANOSA.¹⁴⁴
AGRAVO DE INSTRUMENTO. DANOS MATERIAIS E MORAIS. OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA. VÍCIO OCULTO. PROVA PERICIAL. VÁRIAS IMPRESSORAS. A FIM QUE ASSEGURAR O ACESSO À AMPLA DEFESA E AO CONTRADITÓRIO, ASSIM COMO A SEGURANÇA JURÍDICA DA DECISÃO JUDICIAL PARA AMBAS AS PARTES, HAVENDO A ALEGAÇÃO DE VÍCIO OCULTO NO PRODUTO, POR OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA, A PROVA PERICIAL DEVERÁ SER REALIZADA EM TODAS AS IMPRESSORAS ADQUIRIDAS E OBJETO DA DEMANDA.¹⁴⁵

Conforme foi exposto, os Tribunais têm decidido corriqueiramente contra as empresas praticantes da obsolescência programada.

¹⁴³ LEONARD, Annie. **A História das Coisas**: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo o que consumimos. Rio de Janeiro: Zahar, 2011, p.175.

¹⁴⁴ TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL. **Proc. 20130110168852** - Segredo de Justiça 0004876-72.2013.8.07.0001, Relator: ANGELO PASSARELI, Data de Julgamento: 07/02/2018, 5ª TURMA CÍVEL, Data de Publicação: DJE: 23/02/2018.

¹⁴⁵ TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE RONDÔNIA. **AI: 08004635620198220000**, Data de Julgamento: 03/07/2019.

O princípio da boa-fé está interligado às informações que devem ser passadas aos consumidores e deve atuar para impedir fraudes e abusos quanto às expectativas garantidas ao consumidor.

Conforme expõe o artigo 4º, inciso I, alínea “d” do CDC:

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:

[...]

I - Reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

[...]

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.¹⁴⁶

De acordo com o Manual de Direito do Consumidor entender sobre a duração de um objeto é indispensável quando o produto estraga por motivo de vício oculto gerado por obsolescência programada.¹⁴⁷ Isso porque os fabricantes não têm a obrigação de reparar os vícios ocasionados pelo envelhecimento natural do objeto e, levando em consideração que o Código de Defesa do Consumidor não estabelece o prazo máximo para o surgimento de um vício oculto, o critério a ser seguido deve ser estabelecido na experiência comum e na durabilidade natural do bem.

A Seção IV do Código de Defesa do Consumidor estabelece os prazos para a decadência e para a prescrição dos direitos arguidos. O artigo 26 trata sobre o direito de reclamar por vícios aparentes ou de fácil constatação, o qual prescreve em trinta dias quando tratar-se de produtos não duráveis e de noventa dias quando forem produtos duráveis. Importante destacar que caso o vício seja oculto, mesmo que os prazos sejam os mesmos, a data para início de contagem do prazo difere.¹⁴⁸

A vulnerabilidade que existe entre o consumidor e o fabricante é a característica que dá origem a relação de consumo e organiza todos o sistema consumerista. Diante desta vulnerabilidade, foi criada uma normativa destinada a proteger a parte mais fraca, no caso, o consumidor. Esta normativa é o Código de Defesa do Consumidor.

¹⁴⁶ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁴⁷ BRASIL. **Manual de direito do consumidor** / Leonardo Roscoe Bessa e Walter José Faiad de Moura; coordenação de Juliana Pereira da Silva. 4. ed. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2014.

¹⁴⁸ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

De acordo com o dicionário, a palavra vulnerável diz respeito a todos que estão suscetíveis a serem feridos, ofendidos ou atacados. Também diz respeito a alguém que possa ser ferido ou tocado.¹⁴⁹ Deste modo, refere-se a parte mais fraca de uma relação.

Luiz Antônio Rizzatto Nunes afirma que:

[...] o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico. O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido.¹⁵⁰

O consumidor é considerado como a parte fraca devido a ordem técnica e econômica. É dito ordem técnica pois é o fornecedor quem possui todo o conhecimento, sendo assim, sem ele não existe produto.

Paulo Valério Dal Pai Moraes preceitua que:

O princípio da vulnerabilidade representa a peça fundamental no mosaico jurídico que denominamos Direito do Consumidor. É lícito até dizer que a vulnerabilidade é o ponto de partida de toda a Teoria Geral dessa nova disciplina jurídica [...] A compreensão do princípio, assim, é pressuposto para o correto conhecimento do Direito do consumidor e para a aplicação da lei, de qualquer lei, que se ponha a salvaguardar o consumidor.¹⁵¹

Como já trazido antes, frisa-se sobre a importância do Princípio da Vulnerabilidade. Alguns doutrinadores defendem que a vulnerabilidade procede da isonomia constitucional, deste modo, trata os desiguais no modo de suas desigualdades. Neste sentido, Teresa Negreiros defende que:

É certo que as desigualdades entre os contratantes tendem a assumir uma dimensão coletiva, traduzindo-se em desigualdades entre categorias econômicas. No caso do consumidor, porém, esta categoria é por demais ampla numa sociedade caracterizada, precisamente, pela onipresença do consumo. Por outras palavras, não parece constitucionalmente consistente tratar todos os consumidores de forma igual. Afinal, isto representaria, sob o pretexto de uma maior justiça, um verdadeiro retrocesso da teoria contratual, um retorno à mística das categorias abstratas e redutoras. Hoje, ao contrário, avulta a importância da criação de “padrões de diferenciação.”¹⁵²

¹⁴⁹ DICIONÁRIO. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/vulneravel/>>. Acesso em: 12 de outubro de 2019, às 08:00 horas.

¹⁵⁰ NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 8ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2013, p.596.

¹⁵¹ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. Porto Alegre: Síntese, 1999. p.10.

¹⁵² NEGREIROS, Teresa. **Teoria do contrato**. Novos paradigmas. Rio de Janeiro: Renovar, 2002, p.199.

É impossível conseguir tratar todos os consumidores de maneira igual, fato este que originou os padrões de diferenciação, nos quais cada um recebe o tratamento que lhe é necessário.

Não é possível tratar sobre vulnerabilidade do consumidor sem tratar sobre isonomia constitucional, pois, quando se busca pela igualdade das partes, consumidor e fabricante, não há como ignorar as diferenças existentes entre eles. Sendo assim, não tem como tratá-los de maneira igual, visto que o consumidor é a parte mais fraca e/ou fragilizada da relação.

Entretanto, não se pode misturar o princípio da vulnerabilidade com a hipossuficiência. A hipossuficiência é um conceito processual que aduz à falta de recursos econômicos financeiros. Deste modo, hipossuficiente é aquele que não é autossuficiente, ou seja, é aquele que é fraco economicamente.¹⁵³

Antônio Herman de Vasconcelos Benjamim afirma que “a vulnerabilidade é um traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educadores ou ignorantes, crédulos ou espertos. Já a hipossuficiência é marca pessoal, limitada a alguns - até mesmo a uma coletividade - mas nunca a todos os consumidores.”¹⁵⁴

Portanto, todo e qualquer consumidor é vulnerável, porém, nem todos são hipossuficientes. A hipossuficiência é decorrente de uma conceituação fática, não jurídica e atinge a determinada parte da população. Ao contrário da vulnerabilidade, a qual engloba todos os consumidores e faz com que estes sejam naturalmente vulneráveis.

Como existem vários tipos de consumidores, existem também variados graus de vulnerabilidade para que possam ser aplicadas corretamente e que, assim, desempenhem a sua função: proteger, diante da sociedade consumerista, aquele que é mais vulnerável, o consumidor.

Importante destacar a existência da hipervulnerabilidade.¹⁵⁵ Este tipo de vulnerabilidade engloba os consumidores hipervulneráveis, ou seja, aqueles que tem sua vulnerabilidade mais agravada quando equiparados aos demais.¹⁵⁶ Tal vulnerabilidade agravada dá-se por motivos como hipossuficiência (financeira) e por terem idade avançada.

¹⁵³ SILVA, Rodrigo Brum. **Breves considerações sobre o princípio da vulnerabilidade no CDC**. Revista Jus Navigandi. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/12797>>. Acesso em: 31 de outubro de 2019, às 12:00 horas.

¹⁵⁴ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcelos. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 10. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011, p.224-225.

¹⁵⁵ SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis: A proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Atlas, 2014, p. 217.

¹⁵⁶ SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis: A proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Atlas, 2014, p. 233.

Esses consumidores são visados por serem alvos fáceis de publicidade enganosa e abusiva e, principalmente, são “perseguidos” pelas instituições que ofertam crédito rápido e planos de saúde.¹⁵⁷

O artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor define quais são os direitos básicos garantidos ao consumidor. Um inciso específico, o IV deste artigo, trata sobre publicidade enganosa e abusiva, sendo ele: “a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.”¹⁵⁸

Combinado com este artigo o Código trata, em sua Seção IV, sobre as práticas abusivas, *in verbis*:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

I - Condiicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - Recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - Prevaler-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - Exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - Executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - Repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - Colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

X - Elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços;

XII - Deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério;

XIII - Aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido;

XIV - Permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo.¹⁵⁹

¹⁵⁷ SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis: A proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Atlas, 2014, p. 233.

¹⁵⁸ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁵⁹ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

O artigo exposto define quais são as práticas consideradas abusivas e, conseqüentemente, proibidas. Sendo elas proibidas não podem ser praticadas e, quando descumprida esta regra, deverá haver punições com base no ordenamento jurídico.

O seguinte artigo traz estipuladas as obrigações do fornecedor, *in verbis*:

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.¹⁶⁰

Assim como fica estipulado e delimitado quais são as práticas abusivas, delimita-se também quais são as obrigações cabíveis ao fornecedor, devendo estas serem seguidas conforme estipuladas para que sejam resguardados os princípios norteadores da relação consumerista, tornando esta favorável para ambas as partes.

E, por fim, o artigo 41, último artigo da seção, trata que no caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.¹⁶¹

O Código tratou de disciplinar e exemplificar as práticas abusivas com o intuito de bani-las e punir quem as praticarem.

Luiz Antonio Rizzatto Nunes afirma:

A ideia de abusividade tem relação com a doutrina do abuso do direito. A constatação de que o titular de um direito subjetivo pode dele abusar no seu exercício acabou levando o legislador a tipificar certas ações como abusivas.

[...]

Pode-se definir o abuso do direito como o resultado do excesso de exercício de um direito, capaz de causar danos a outrem. Ou, em outras palavras, o abuso do direito se caracteriza pelo uso irregular e desviante do direito em seu exercício, por parte do titular.¹⁶²

¹⁶⁰ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁶¹ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁶² NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 8ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2013, p.596.

Assim como Rizzatto Nunes, outros doutrinadores afirmam que o abuso de direito acontece pelo fato das pessoas fazerem o uso irregular do seu direito legítimo.

Já Sérgio Cavalieri Filho considera que:

Ações ou condutas do fornecedor em desconformidade com os padrões de boa conduta nas relações de consumo. São práticas que, no exercício da atividade empresarial, excedem os limites dos bons costumes comerciais e, principalmente, da boa-fé, pelo que caracterizam abuso de direito, considerado ilícito pelo art. 187 do Código Civil. Por isso, são proibidas.¹⁶³

O lançamento de produtos cada vez mais tecnológicos é uma tática praticada pelas empresas para que, a cada lançamento novo, mais consumidores sejam “conquistados”. Consoante, é importante compreender se as inovações tiveram seu surgimento natural ou se foram pensadas exclusivamente para ocupar o lugar de seu anterior, limitando a existência deste.

Caso a resposta final seja a segunda opção, ocorre a obsolescência programada. Porém, como diferir a obsolescência programada da inovação tecnológica?

Não se pode considerar como obsolescência programada o fato de uma determinada fabricante lançar produtos ou serviços em versões atualizadas.¹⁶⁴

O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 12 preceitua que o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos. Com destaque, o §2º traz que o produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.¹⁶⁵

O presente trecho citado acima demonstra que o Código de Defesa do Consumidor foi criado pensando na proteção do vulnerável. Todavia, essa proteção não pode ser autoritária a ponto de considerar as inovações tecnológicas como obsolescências programadas.

Não há um artigo específico no Código que trate de modo transparente sobre a obsolescência programada. Somente no artigo 32, em seu parágrafo único fica determinado que os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição

¹⁶³ FILHO, Sérgio CAVALIERI. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2010, p.136.

¹⁶⁴ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁶⁵ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto. E, quando cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.¹⁶⁶

No que diz respeito ao período razoável de tempo, é conveniente determinar que este seja proporcional à vida útil do produto. Levando-se em consideração que o consumidor tem como seu direito a opção de conserto do produto até que se finde a vida útil do mesmo. E não, somente pelo prazo estipulado de sua garantia.

Deste modo, a falta de peças para conserto do produto que ainda esteja sendo comercializado no mercado consumerista ou que já tenha sido substituído por um outro produto mais tecnológico, evidencia a obsolescência programada. Do mesmo modo que a ausência de peças para conserto torne impossibilitado arrumar o produto para o uso, obrigando o consumidor a comprar um produto novo também evidencia a prática desta obsolescência.

Diante destes fatos, o consumidor fica em estado de vulnerabilidade uma vez que não tem como se desvencilhar do que lhe é imposto pela indústria e passa a ter o amparo da lei, cujos prazos para arguição de direitos devem ser observados.

4.3 RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR NA RELAÇÃO DE CONSUMO

Conforme leciona Lisboa, ao fornecedor dos produtos e serviços dispostos no mercado de consumo, é apendido a responsabilidade civil decorrente dos possíveis vícios que em suas mercadorias possam constar, das imperfeições nelas presentes capazes de torná-las ineficazes ou inúteis ao fim que se destinam, aos anseios daquele que as consomem.¹⁶⁷

Dessa maneira, nas situações em que se verificar que determinado bem ou serviço objeto de uma relação jurídica esteja eivado de irregularidades atinentes ao seu mal funcionamento, tanto alusivas aos aspectos da qualidade como da quantidade como a seguir descrito, tornando-os inadequados ao consumo, será direcionado ao fornecedor a responsabilidade por essas circunstâncias e imperfeições.

Cinge-se essa conjuntura de acontecimentos relativos aos produtos e serviços pela responsabilidade por vício, assunto do presente trabalho.

¹⁶⁶ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁶⁷ LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, p.238.

4.3.1 Responsabilidade pelo fato e responsabilidade pelo vício

Concernente às responsabilidades circunscritas ao fornecedor e dispostas pela Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990¹⁶⁸, são observadas duas linhas de responsabilização, as quais são determinadas consoante as situações vivenciadas pelo consumidor: a responsabilização pelo fato do produto e serviço e a responsabilização pelo vício do produto e serviço.

Sobre a matéria Lisboa descreve:

Responsabilidade pelo fato do produto e serviço é aquela que advém de um acidente de consumo, ou seja, de um evento que acarreta, ao menos, danos morais ao consumidor. No acidente de consumo, o produto ou serviço apresenta um vício exógeno ou extrínseco, isto é, um defeito que extrapola a própria substância do bem e ofende a vida, a saúde (higidez física e psíquica) ou a segurança do consumidor (art. 6.º, I, da Lei n. 8.078/90).

O defeito extrínseco ou exógeno não é uma simples inadequação econômica do produto ou do serviço, porém uma inadequação que gera efeitos sobre a personalidade humana, tanto do consumidor como das pessoas a ele equiparadas, dada a situação da vítima do evento.¹⁶⁹

Como também o exposto, delineando sobre a moderna sociedade, cuja produção industrial elabora-se em série e com grande rapidez, como acima neste trabalho descrito, além das eventuais falhas que essa produção possa ter:

A inevitabilidade dessas falhas no sistema de produção seriada e a impossibilidade prática de sua completa eliminação conduziram à ideia de criação de mecanismos legais de ressarcimento de danos pelo simples fato de colocação no mercado de produtos e serviços potencialmente danosos, atribuindo ao fornecedor a responsabilidade pelos danos nessa condição causados à vítima e a terceiros, dentro do princípio de que aquele que lucra com uma atividade deve responder pelo risco ou pelas desvantagens dela decorrentes. Daí o surgimento da teoria do risco criado, que tem o sentido de atribuir ao fornecedor o dever de reparar danos causados aos consumidores pelo fato de desenvolver determinada atividade potencialmente danosa. Ou seja, faz com que o agente fornecedor assuma todos os riscos de sua atividade.¹⁷⁰

Assim, relaciona-se a responsabilidade do fato, também, ao modo de produção que hodiernamente é adotado, em que falhas nos produtos e serviços dispostos no mercado são inevitáveis devido ao processo industrial intenso em sua fabricação, devendo assim ser adotadas medidas para a responsabilização do fornecedor, em caso de danos, de lesões ao consumidor.

¹⁶⁸ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁶⁹ LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, p.238.

¹⁷⁰ LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012, p.238.

É imprescindível para a incidência da responsabilidade pelo fato do produto ou serviço a ocorrência do dano, de maneira que sem sua existência estará ela descaracterizada.

Ademais, a responsabilidade pelo fato determina-se como responsabilidade objetiva, não é necessário a comprovação da culpa do fornecedor para que seja responsabilizado, bastando a consideração do dano e o nexo de causalidade havido.

Nas palavras de Almeida:

O fornecedor responde, em regra, independentemente de culpa perante o consumidor porque, ao exercer a sua atividade econômica, assumiu os riscos inerentes à profissão que desenvolve no mercado de consumo. Destarte, ocorrendo um acidente de consumo que causa danos à personalidade do consumidor ou de outra vítima (bystander), que é equiparada ao destinatário final de produtos e serviços para os fins de proteção legal (art. 17 da Lei n. 8.078/90), cabe a responsabilidade do fornecedor independentemente de culpa.¹⁷¹

Conforme defende o autor, o fornecedor deverá responder sobre o ato ocorrido perante o consumidor, diante de qualquer hipótese, visto que ao assumir o papel de fornecer o serviço, automaticamente, assume todos os riscos possíveis presente nesta profissão diante da relação consumerista.

A responsabilidade pelo fato que deve ser assumida pelo fornecedor é elencada na Seção II do Capítulo IV (da qualidade de produtos e serviços, da prevenção e da reparação dos danos) do Título I (dos direitos do consumidor) da Lei n. 8.078/90, do artigo 12 ao 17, *in verbis*:

Art. 12 – O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos

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

I – sua apresentação;

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

III – a época em que foi colocado em circulação.

§2º - O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§3º - O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

I – que não colocou o produto no mercado;

II – que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;

III – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros.¹⁷²

¹⁷¹ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, p.61.

¹⁷² BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

Esta primeira parte diz respeito à obrigação pertencente ao fabricante em geral do produto. Diz-se fabricante mas refere-se a “pessoa” que é responsável por originar o produto ou o serviço. Está presente aqui também a definição de quando o produto apresenta ou não defeitos.

Este trecho, estipula também o que foi trazido no parágrafo anterior, ou seja, o fato de que o fabricante, ao assumir este papel na relação consumerista, assume também todas as responsabilidades advindas dele.

Art. 13 – O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

I – o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;

II – o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;

III – não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único – Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.¹⁷³

Esta segunda parte equipara o comerciante ao fabricante do artigo citado acima, sendo imprescindível que se siga os requisitos dos presentes incisos. Deste modo, o fabricante do produto ou serviço, não podendo assumir sua função, esta será delegada ao comerciante responsável.

Art. 14 – O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

1º- O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I – o modo de seu fornecimento;

II – o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III – a época em que foi fornecido.

§2º- O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§3º- O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I – que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;

II – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§4º- A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

[...]

Art. 17- Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.¹⁷⁴

¹⁷³ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁷⁴ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

Por fim, este último fragmento diz respeito à obrigação do fornecedor de reparar danos causados aos consumidores por defeito do produto ou da prestação de serviço.

A responsabilidade especificamente pelo fato do produto dispõe-se nos artigos 12 e 13. Concernente ao serviço, relaciona-se no artigo 14 descrito.

Em observação a tais preceitos, analisa-se hipóteses de exclusão de responsabilidade conforme § 3º do art. 12, bem como a determinação de sua abrangência ao consumidor em hipóteses específicas, (art. 13).

Ademais, evidencia-se certa distinção entre a responsabilidade pelo fato do produto e a associada ao fato do serviço. Foi estabelecido como responsáveis em relação ao produto, que é o que mais interessa ao presente estudo, o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro e o importador. Em atenção as situações dirigidas ao serviço, foi delineado como responsáveis os fornecedores, de maneira geral e sem exceção, considerando-os solidariamente responsáveis em âmbito judicial.

Em atenção à responsabilidade pelo vício do produto e do serviço, distinções estabelecem-se em relação ao descrito, respeitante ao seu conceito como também às situações que abrangem.

As bases da responsabilidade pelo vício estabelecem-se em imperfeições funcionais desses bens, tanto atinentes a qualidade como à quantidade, como preceitua os artigos 18 e seguintes do Código de Defesa do Consumidor.¹⁷⁵ Dessa maneira caso não haja a observância desse dever imposto ao fornecedor de se velar pela perfeita elaboração de seus produtos e serviços dispondo-os adequadamente ao consumidor, será responsabilizado civilmente pelos vícios constatados.

A essa conjuntura civil, em que se evidencia a responsabilidade por um vício em uma relação de consumo, reluz o prejuízo econômico ao consumidor, o dano patrimonial ocorrido.

Acerca dessa responsabilidade, Barros dispõe que: “O dever de adequação do fornecedor constitui o fundamento básico da responsabilidade pelo vício do produto e a sua violação acarreta uma quebra da expectativa do consumidor.”¹⁷⁶

Almeida também leciona sobre a matéria:

Com efeito, não se confunde a responsabilidade pelo fato (arts. 12 e 14) com a responsabilidade por vício do produto e do serviço. Enquanto na primeira há potencialidade danosa, na segunda esta inexistente, verificando-se apenas anomalias

¹⁷⁵ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁷⁶ BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012, p.83.

que afetam a funcionalidade do produto e do serviço. Estes, na primeira, são afetados por defeitos que trazem riscos à saúde e segurança do consumidor; na segunda, são observados apenas vícios de qualidade e quantidade, afetando o funcionamento ou o valor da coisa. A responsabilidade pelo fato objetiva tutelar a integridade físico-psíquica, ensejando ampla reparação de danos; a responsabilidade por vícios busca proteger a esfera econômica, ensejando tão somente o ressarcimento segundo as alternativas previstas na lei de proteção; substituição da peça viciada, substituição do produto por outro, restituição da quantia paga ou abatimento do preço (art. 18, caput e § 1º, I a III).

A diferenciação entre ambas permite a conceituação da responsabilidade por vício do produto e do serviço como aquela atribuída ao fornecedor por anormalidades que, sem causarem riscos à saúde, à segurança do consumidor, afetam a funcionalidade do produto ou do serviço nos aspectos qualidade e quantidade, tornando-os impróprios ou inadequados ao consumo ou lhes diminuindo o valor, bem como aquelas decorrentes da divergência do conteúdo com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária.¹⁷⁷

Nessas circunstâncias, conforme dispõe o autor, estabelece-se os vícios como causas do mal funcionamento, da execução errônea, imperfeita do bem ou serviço, atingindo-os nas dimensões de sua qualidade ou quantidade, como também em referência a informações neles constantes, caso estejam assim incorretas.

Assim, constatando determinado vício no produto ou serviço de modo a torná-los inadequados ao consumo, havendo o romper da expectativa do consumidor e o resultado de má funcionalidade, será o fornecedor responsável civilmente por essas anormalidades existentes, pelos danos patrimoniais sofridos pelo adquirente ou usuário desses bens.

É importante também descrever que os vícios circunscritos aos bens e serviços que podem ser classificados quanto a sua natureza em: vícios de qualidade e vícios de quantidade, além dos chamados vícios ocultos e os vícios aparentes. Ademais, é garantido ao consumidor direitos com destinação a ampará-lo nas situações cujo objeto é o produto ou serviço viciosos. Tais assuntos serão delineados de maneira pormenorizada no capítulo seguinte.

A responsabilidade civil por vícios é sistematizada no Código de Defesa do Consumidor, estabelecida na Seção III (Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço) do Capítulo IV (Da Qualidade de Produtos e Serviços, Da Prevenção e da Reparação dos Danos) e do Título I (Dos Direitos do Consumidor), nos artigos 18 a 25.

Observando os artigos citados acima, a sistematização da responsabilidade atribuída ao fornecedor estabelece-se em duas vertentes cuja base assenta-se nas diferentes imperfeições e nos danos ocasionados ao consumidor.

Assim, concretizar-se-á a responsabilidade pelo fato do produto ou serviço caso constante no bem irregularidades extrínsecas ao seu próprio funcionamento cuja presença atinja

¹⁷⁷ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2006, p.61.

o consumidor em sua dimensão extrapatrimonial; caracterizar-se-á a responsabilidade por vício quando da existência de imperfeições correlatas ao âmbito da própria coisa abrangendo sua esfera funcional, o modo pelo qual exerce suas funções, ou as informações constantes no bem, aferindo-se assim a um dano patrimonial ao adquirente ou usuário (diretamente ao bem).

Nos casos de obsolescência programada há um vício oculto do produto que é o objeto de reparação a que o consumidor tem direito.

4.4 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA PRÁTICA DOS TRIBUNAIS

De acordo com a legislação consumerista, um ponto importante a ser observado para impetrar ação contra empresas que praticam o abuso da obsolescência programada é o prazo de prescrição do direito e da responsabilidade do fornecedor diante dos vícios ocultos, principalmente os que são identificados após a garantia dada pelo fabricante.

Contudo, é necessário que a aplicação da legislação consumerista se atente aos cuidados para que o fabricante também não fique eternamente responsável por qualquer defeito ou reparação de vícios.

Nesse sentido destaca-se entendimento jurisprudencial:

Por óbvio, o fornecedor não está, ad aeternum, responsável pelos produtos colocados em circulação, mas sua responsabilidade não se limita pura e simplesmente ao prazo contratual de garantia, o qual é estipulado unilateralmente por ele próprio. Deve ser considerada para a aferição da responsabilidade do fornecedor a natureza do vício que inquinou o produto, mesmo que tenha ele se manifestado somente ao término da garantia.¹⁷⁸

Como os casos de obsolescência programada se enquadram em vício oculto, o pedido de reparação não tem a contagem de prazo estabelecida pela legislação, conforme disposição do art. 26 do CDC, é a tendência decisória:

Os prazos de garantia, sejam eles legais ou contratuais, visam a acautelar o adquirente de produtos contra defeitos relacionados ao desgaste natural da coisa, como sendo um intervalo mínimo de tempo no qual não se espera que haja deterioração do objeto. Depois desse prazo, tolera-se que, em virtude do uso ordinário do produto, algum desgaste possa mesmo surgir. Coisa diversa é o vício intrínseco do produto existente desde sempre, mas que somente veio a se manifestar depois de expirada a garantia. Nessa categoria de vício intrínseco certamente se inserem os defeitos de fabricação relativos a projeto, cálculo estrutural, resistência de materiais, entre outros, os quais, em não raras vezes, somente se tornam conhecidos depois de algum tempo de uso, mas que, todavia, não decorrem diretamente da fruição do bem, e sim de uma característica oculta que esteve latente até então.

¹⁷⁸ TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO – TJSP. **Apelação nº: 1003194-40.2015.8.26.0236**. Rel. Kenarik Boujikian. Jugado em: 29/09/2017.

Cuidando-se de vício aparente, é certo que o consumidor deve exigir a reparação no prazo de noventa dias, em se tratando de produtos duráveis, iniciando a contagem a partir da entrega efetiva do bem e não fluindo o citado prazo durante a garantia contratual. Porém, conforme assevera a doutrina consumerista, o Código de Defesa do Consumidor, no § 3º do art. 26, no que concerne à disciplina do vício oculto, adotou o critério da vida útil do bem, e não o critério da garantia, podendo o fornecedor se responsabilizar pelo vício em um espaço largo de tempo, mesmo depois de expirada a garantia contratual.

Com efeito, em se tratando de vício oculto não decorrente do desgaste natural gerado pela fruição ordinária do produto, mas da própria fabricação, e relativo a projeto, cálculo estrutural, resistência de materiais, entre outros, o prazo para reclamar pela reparação se inicia no momento em que ficar evidenciado o defeito, não obstante tenha isso ocorrido depois de expirado o prazo contratual de garantia, devendo ter-se sempre em vista o critério da vida útil do bem.¹⁷⁹

A presente jurisprudência trazida acima retrata sobre os defeitos advindos de desgaste natural e os ocorridos após período de tempo aceito. O exemplo de vício intrínseco está diretamente ligado à obsolescência programada, visto que, o vício estava presente no objeto “desde sempre”. Quando tratar-se de vício aparente, fixa-se o prazo para reparação de 90 dias. Enquanto que, quando for vício oculto, o art. 26, §3º do CDC traz que “Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.”¹⁸⁰

A citada decisão relatada pela Desembargadora Kenarik Boujikian deu razão ao consumidor dando ênfase à consideração da vida útil do produto, conforme dispõe:

Ademais, independentemente de prazo contratual de garantia, a venda de um bem tido por durável com vida útil inferior àquela que legitimamente se esperava, além de configurar um defeito de adequação (art. 18 do CDC), evidencia uma quebra da boa-fé objetiva, que deve nortear as relações contratuais, sejam de consumo, sejam de direito comum. Constitui, em outras palavras, descumprimento do dever de informação e a não realização do próprio objeto do contrato, que era a compra de um bem cujo ciclo vital se esperava, de forma legítima e razoável, fosse mais longo.¹⁸¹

Conforme disposto, vários Princípios norteadores da relação consumerista não foram seguidos e respeitados. Relacionando o presente trecho à obsolescência, vê-se que aqui, ocorreu a obsolescência programada, enfoque de estudo do presente trabalho.

Como já citado, o artigo 26 do CDC trata sobre o direito de reclamar por vícios aparentes ou de fácil constatação, o qual prescreve em trinta dias quando tratar-se de produtos não duráveis e de noventa dias quando forem produtos duráveis.¹⁸² Porém, caso o vício seja oculto,

¹⁷⁹ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA – STJ. **REsp 984.106/SC**, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 04/10/2012, DJe 20/11/2012.

¹⁸⁰ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁸¹ TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO – TJSP. **Apelação nº: 1003194-40.2015.8.26.0236**. Rel. Kenarik Boujikian. Julgado em: 29/09/2017.

¹⁸² BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

mesmo que os prazos sejam os mesmos, a data para início de contagem do prazo difere conforme cada caso.

Portanto, quando a reclamação do consumidor se tratar de vício aparente a contagem do prazo terá início a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução do serviço. E no caso de ser vício oculto, a contagem ocorrerá a partir do momento em que o defeito ficar evidenciado, conforme mostra o trecho a seguir:

Os prazos de garantia, sejam eles legais ou contratuais, visam a acautelar o adquirente de produtos contra defeitos relacionados ao desgaste natural da coisa, como sendo um intervalo mínimo de tempo no qual não se espera que haja deterioração do objeto. Depois desse prazo, tolera-se que, em virtude do uso ordinário do produto, algum desgaste possa mesmo surgir. Coisa diversa é o vício intrínseco do produto existente desde sempre, mas que somente veio a se manifestar depois de expirada a garantia. Nessa categoria de vício intrínseco certamente se inserem os defeitos de fabricação relativos a projeto, cálculo estrutural, resistência de materiais, entre outros, os quais, em não raras vezes, somente se tornam conhecidos depois de algum tempo de uso, mas que, todavia, não decorrem diretamente da fruição do bem, e sim de uma característica oculta que esteve latente até então. [...] Porém, em se tratando de vício oculto não decorrente do desgaste natural gerado pela fruição ordinária do produto, mas da própria fabricação, e relativo a projeto, cálculo estrutural, resistência de materiais, entre outros, o prazo para reclamar pela reparação se inicia no momento em que ficar evidenciado o defeito, não obstante tenha isso ocorrido depois de expirado o prazo contratual de garantia, devendo ter-se sempre em vista o critério da vida útil do bem.¹⁸³

No mesmo julgado o Ministro Luis Felipe Salomão não aceitou os argumentos apresentados pela fornecedora pois alegou ter ficado comprovado se tratar de defeito de fabricação. Determinou que fosse realizada perícia e salientou que práticas abusivas como a obsolescência programada devem ser refutadas pelo Judiciário pois são contrárias às disposições do artigo 4º, inciso II, alínea “d” do CDC.¹⁸⁴

No julgamento do Recurso Especial de nº 984.106, a quarta turma concluiu o seguinte:

Consumidor tem direito a reparação de falha oculta até o fim da vida útil do produto e não só durante garantia O prazo para o consumidor reclamar de defeito ou vício oculto de fabricação, não decorrentes do uso regular do produto, começa a contar a partir da descoberta do problema, desde que o bem ainda esteja em sua vida útil, independentemente da garantia.¹⁸⁵

A decisão concedida pelo STJ representa o grande avanço nas relações consumeristas e o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor que acaba por se tornar refém da tecnologia utilizada a serviço do capital ao invés do bem-estar da sociedade.

¹⁸³ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA – STJ. **REsp 984.106/SC**, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 04/10/2012, DJe 20/11/2012.

¹⁸⁴ BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>. Acesso em: 09 de outubro de 2019, às 23:10 horas.

¹⁸⁵ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA – STJ. **REsp 984.106/SC**, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 04/10/2012, DJe 20/11/2012.

Nota-se, claramente, que a tendência dos tribunais tem sido acolher a proteção do consumidor ante os vícios do que pode ser considerado uma obsolescência programada quando faz as considerações da durabilidade do bem e da vida útil dos produtos nos julgados.

De regra, são duas as garantias disponibilizadas ao consumidor para lhe assegurar a regular fruição dos produtos e serviços consumidos, sendo elas: a garantia legal e a contratual.

Também é muito comum as publicidades, ou mesmo informações de vendedores, no ato da aquisição de produtos e contratação de serviços, com promessas de prazo de garantia, até mesmo com garantia vitalícia. Essa é a garantia contratual, isto é, uma garantia facultativa que é contratada por fornecedor e consumidor, contudo, ela não descarta a garantia legal que é a de que um referido tipo de bem deva ter uma vida útil mais ou menos durável, cabendo, nos casos concretos, uma análise particularizada das situações para coibir a prática da obsolescência abusiva ao consumidor.

5. CONCLUSÃO

As obsolescências são métodos utilizados para aumentar a lucratividade das empresas. Deste modo, faz-se necessário que exista algo que resguarde e proteja a parte mais fraca da relação de consumo, ou seja, o consumidor. Diante de tal fato, tem-se o Código de Defesa do Consumidor para que gerencie as relações consumerista garantindo que os princípios norteadores sejam seguidos para que ocorra uma ideal relação entre as partes.

Fazendo uma análise minuciosa e crítica dos capítulos do presente trabalho vê-se que no capítulo que trata sobre a obsolescência e o consumo ficou exposto que a obsolescência é um dos fatores impulsionadores do consumo, originando o consumismo na população. Entende-se por consumismo o ato de se consumir de modo demasiado, ou seja, comprar objetos que não são necessários. Inclusive, atualmente existem estudos que comprovam que surgiram doenças advindas do consumismo.

Ainda neste mesmo capítulo, vê-se que a obsolescência possui um objetivo: tornar determinado produto menos funcional após determinado período de tempo para que o consumido tenha que adquirir outro. Conforme o estudo para a elaboração do presente trabalho chega-se à conclusão de que este objetivo está sendo atingido. Porém, por meio deste êxito há um aumento na produção de lixo e uma desigualdade entre as partes da relação de consumo.

Existem três tipos de obsolescência. A obsolescência tecnológica é aquela que torna o produto obsoleto quando passa a existir outro mais aperfeiçoado e que facilite e melhore a vida do consumidor. Um grande exemplo deste tipo de obsolescência foi o uso de laser em cirurgias. Conforme observa-se no trabalho e com base no exemplo citado acima, nota-se que diante dos outros dois tipos este é o mais favorável.

A obsolescência perceptiva ocorre por meio, principalmente, das propagandas e publicidades. Através dessas, o consumidor sente necessidade de trocar seu objeto por um mais novo (recém lançado) apenas pelo fato de sentir-se ultrapassado. Conforme exposto no trabalho, as alterações feitas pelo fabricante com a intenção de tornar o produto obsoleto variam entre uma simples modificação no *design* ou uma simples alteração de cor.

Esta modalidade atinge o sentimento do consumidor, o qual muitas vezes não pode adquirir o produto no momento desejado, mas o sentimento de desconforto é tamanho que mesmo não podendo, o consumidor compra para sentir-se bem. Conforme tratado no início, aqui também se enquadra o fator preocupante de surgimento de doenças acarretadas pela constante busca do consumidor em manter-se atualizado.

Por fim e tema principal deste trabalho, tem-se a obsolescência programada. Essa modalidade foi criada como uma estratégia de vendas visto que o produto estraga em um período estipulado de tempo, “forçando” o consumidor a comprar outro. Usa-se dizer que o consumidor é forçado a comprar porque ou ele compra ou ele fica sem e, algumas vezes o produto que estragou é “necessário” para o cotidiano da pessoa. Por exemplo, no mundo em que vivemos praticamente todas as pessoas possuem celular e usam este para quase todos os atos do seu cotidiano. Quando este estraga a dependência do consumidor com o aparelho é tamanha que este se vê forçado a comprar outro com uma certa pressa nem chegando a cogitar a hipótese de consertar o aparelho.

Outro fator atrelado a esta obsolescência decorre do fato de que, propositalmente, em alguns casos o conserto não é viável, ou seja, algumas vezes arrumar o produto tem seu custo exacerbado, preferindo o consumidor comprar o produto novo.

Quando se trata da relação entre consumidor e fabricante fica estabelecido ao Código de Defesa do Consumidor a obrigação de reger tal relação para que esta seja de igualdade entre ambas as partes. O CDC possui alguns princípios que norteiam a relação consumerista. Um dos principais e objeto de estudo do presente trabalho é o Princípio da Vulnerabilidade.

Como já exposto, o consumidor é considerado como a parte mais fraca da relação, ou seja, a parte vulnerável. Um dos fatores que o faz ser taxado assim é a ordem técnica e econômica, ou seja, é o fornecedor/fabricante quem possui todo o conhecimento necessário para colocar o produto disponível ao consumidor. Sendo assim, sem o fornecedor/fabricante não há produto.

Por meio desse princípio, cada consumidor é tratado conforme sua vulnerabilidade. Conforme exposto no trabalho, é impossível tratar a todos de maneira igual, fato ocasionador dos padrões de diferenciação pelo qual cada um recebe o tratamento que lhe é cabível.

Existem artigos no CDC que deixam expressos quais são os direitos básicos garantidos aos consumidores, quais são as práticas consideradas abusivas perante a relação consumerista, quais são as obrigações do fornecedor e sobre o regime de tabelamento de preços. Como todo ordenamento, os fatos expostos nos artigos devem ser seguidos sob pena de punições.

Não é porque o consumidor é a parte vulnerável que este sempre terá a “preferência” e o resguardo total. Ficou importante demonstrar no trabalho que há uma diferenciação entre o fabricante tornar o produto obsoleto pelo simples fato de lançar produtos atualizados conforme o avanço da tecnologia. Em casos como este, o fabricante não pode ser condenado pela prática

de obsolescência programada visto que ocorreu apenas inovações tecnológicas advindas das atualizações diárias.

Para que exista a relação deve ter as partes, deste modo, foi necessário explanar sobre as partes da relação. Entende-se como fornecedor ou fabricante aquele quem produz o produto. Fica designada a ele a responsabilidade por problemas que prejudiquem o correto consumo do serviço ou do produto.

A outra parte da relação é o consumidor, sendo este o destinatário final dos serviços e produtos oferecidos pelo fabricante. Pode ser pessoa física ou jurídica, bem como pode ser considerado como consumidor final ou por equiparação. Fica entendido como consumidor por equiparação uma pessoa que ganha um presente e este apresenta defeito.

O trabalho cumpre o objetivo proposto ao fazer uma análise cuidadosa do que é o fenômeno da obsolescência programada no âmbito do ordenamento jurídico consumerista brasileiro. Passando desde o tratamento da origem do termo e seu conceito até a forma como ele se define no âmbito econômico e jurídico e é interpretado e definido pela doutrina e pela jurisprudência pátria.

O estudo possibilita a compreensão do conceito da obsolescência em sua amplitude, sua finalidade e representação no mercado econômico e no âmbito jurídico, possibilita também conhecer os principais objetivos e princípios da lei consumerista brasileira e relacioná-los com o fenômeno da obsolescência.

Ficou evidente que a obsolescência ganhou ascensão em um mercado capitalista em que muitas empresas e todas as suas estratégias visam somente o lucro, querem vender muito e cada vez mais e deixam de ter uma preocupação mais séria com questões que envolvem a coletividade como as questões ambientais e os direitos dos consumidores.

É muito comum hoje as empresas lançarem mão de técnicas abusivas para estimular um consumo desenfreado. Dentre essas técnicas é que figura a obsolescência programada, uma forma de abuso que deve ser combatida para proteger a sociedade das nefastas consequências tanto nas questões ambientais como nas econômicas com viés de exploração.

Nos dias atuais tudo estraga muito mais rápido. Conforme ficou demonstrado no estudo, os aparelhos elétricos mais antigos, por exemplo, tinham uma vida útil muito maior do que se tem atualmente. Sem contar que haviam reparos técnicos e mercado de peças muito mais eficiente para reparos a um custo compensatório dos produtos do que se tem hoje.

Os materiais que são utilizados atualmente na fabricação de bens de consumo já não têm mais a mesma qualidade e tudo é pensado justamente para reduzir a vida útil dos produtos, ou

seja, tudo é fabricado para não durar, e isto é claro e evidente, porém o consumidor precisa ter proteção nesse cenário, ele precisa ser informado adequadamente sobre o que adquire e dos riscos e tempo de vida útil que pode esperar dos produtos, qualquer prática que fuja do que ele tem conhecimento e esclarecimento na hora de fazer a aquisição, é um abuso e deve ser banido das práticas das empresas.

As questões relacionadas ao meio ambiente são também citadas no estudo, brevemente, porque a obsolescência programada também faz com que se intensifique o descarte de resíduos no ambiente, com um grande volume de produção de lixo o descarte inadequado. É outra realidade que precisa ser fortemente combatida por comprometer a saúde e a vida desta e de futuras gerações.

Ao refletir sobre a prática abusiva pode-se dizer, a partir das constatações do presente estudo, que ela também pode agravar a situação de pobreza devido ao consumo desenfreado em que se concentra cada vez mais lucro para empresas cujos grandes empresários exploram todas as classes, o que afeta de forma mais intensa as pessoas de menor poder aquisitivo em um contexto em que se valoriza cada vez mais o ter e quem tem é colocado cada vez em condição de ser melhor do que quem não tem.

As práticas da obsolescência fazem com que as pessoas vivam querendo superar cada vez mais as próprias aquisições, sendo exploradas, muitas vezes, por técnicas que tendem a estimular o consumo de forma injusta, principalmente através de publicidade, porém a publicidade é apenas a forma de persuadir o consumidor a comprar por alguma razão, que é onde se intitula a obsolescência programada que determina previamente o momento em que um produto deverá se tornar obsoleto.

São essas técnicas internas que fazem com que o consumidor realmente seja persuadido sendo convencido de que precisa trocar um produto logo que ele apresenta defeito, quando ele não encontra também formas viáveis de reparo do produto e é obrigado a comprar outro (ou ficar sem) ou quando ele tem o produto que ele adquire superado muito rapidamente por novidades no mercado, lançadas sem grandes mudanças, apenas para estimular trocas, etc.

O que se verifica no estudo é que os doutrinadores como Rizzato Nunes, Barros, Cavellieri Filho, Maldonado de Carvalho, Lisboa, Almeida, dentre outros estudiosos da doutrina consumerista e autores da área da economia, dão grande relevância ao tema e à importância de banir essas práticas com a aplicação da legislação em vigor.

Os julgados analisados também mostram como na prática os artigos do Código de Defesa do Consumidor se aplicam para proteger os consumidores ante à vulnerabilidade a que

estão submetidos nas relações de consumo, onde grande parte das vezes um simples trabalhador assalariado está se relacionando com grandes conglomerados empresariais cujas práticas precisam ser sempre vigiadas e os abusos combatidos pelo Judiciário.

O estudo conclui, sobretudo, que a legislação em vigor no Brasil protege o consumidor da obsolescência programada que é virtuosamente praticada no mundo todo considerando os vícios ocultos que são identificados nos produtos que apresentam incoerências com a vida útil do produto e determinando a reparação ao consumidor.

REFERÊNCIAS

PEDRO, Antonio Fernando Pinheiro. **Ambiente Legal**. Disponível em: <<http://www.ambientelegal.com.br/consumo-obsolescencia-programada-e-descarte-dos-eletronicos/>>.

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2006.

BARROS, André Borges de Carvalho; AGUIRRE, João Ricardo. **Direito Civil**. Volume 4. Niterói, RJ: Ímpetus, 2012.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcelos. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 10. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

BRASIL. **Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>.

BRASIL. PLANALTO. **Decreto 875 de 19 de julho de 1993 – Convenção Basilar**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D0875.htm#targetText=Ao%20aderir%20%C3%A0%20Conven%C3%A7%C3%A3o%20de,a%20gest%C3%A3o%20adequada%20de%20res%C3%ADduos>.

BRASIL. **Manual de direito do consumidor** / Leonardo Roscoe Bessa e Walter José Faiad de Moura; coordenação de Juliana Pereira da Silva. 4. ed. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2014.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2010.

FERRAZ, Tércio Sampaio, 1938. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da. et al. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2009.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa**. Disponível em: <<http://www.dicionariodoaurelio.com/>>.

GONÇALVES JÚNIOR, Antônio Otávio Alves. Estratégia de obsolescência programada: uma análise das consequências ambientais e socioeconômicas. **Adm. de Emp. em Revista**, Curitiba, n. 9, p. 9-25, 2009.

GONZALEZ, Amélia. 90% do lixo eletrônico do mundo são jogados em países africanos. Nova Ética Social. **Portal G1**. 18/05/2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/natureza/blog/nova-etica-social/post/90-do-lixo-eletronico-do-mundo-sao-jogados-em-paises-africanos.html>>.

GUINNESS BOOK. **Livermore centennial light bulb**. Disponível em: <<https://www.guinnessworldrecords.com.br/world-records/longest-burning-light-bulb>>.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC. Mais da metade dos equipamentos eletrônicos é substituída devido à obsolescência programada. **Sala de Imprensa**. 04/02/2014. Disponível em: <<https://idec.org.br/o-idec/sala-de-imprensa/release/mais-da-metade-dos-equipamentos-eletronicos-e-ubstituida-devido-a-obsoloscencia-programada>>.

LATOUCHE, Serge. **O pequeno tratado do decrescimento sereno**. reimp. Lisboa: Edições, 2012.

LEONARD, Annie. **A História das Coisas**: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo o que consumimos. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

MAGERA, Márcio. Os caminhos do lixo. São Paulo: Ático, 2013, p.97.

MALDONADO DE CARVALHO. Princípios Gerais do CDC e Direitos básicos do consumidor. **Cadernos do Curso de Extensão de Direito do Consumidor**. ENERJ, 2013.

MÉSZÁROS, I. **Produção destrutiva e o estado capitalista**. São Paulo: Ensaio, 1989.

MORAES, José Geraldo Vinci de. **História: geral e Brasil**. Volume único. 2ª ed. São Paulo: Atual, 2005. (Coleção Ensino Médio Atual).

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. Porto Alegre: Síntese, 1999.

MORATO, Antonio Carlos. **Pessoa jurídica consumidora**. São Paulo: Ed. RT, 2008. p.31.

NEGREIROS, Teresa. **Teoria do contrato. Novos paradigmas**. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.

NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 6ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011.

_____. **Curso de direito do consumidor**. 8ª ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2013.

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

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

PORTAL e-CYCLE. **Entenda o que é obsolescência**. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/5795-obsolescencia>>.

PORTAL TEC MUNDO. Apple é processada por obsolescência programada com Ipad 3. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/novidade/36862-apple-e-processada-por-obsolescencia-programada-com-ipad-3.htm>>.

PORTAL JUS BRASIL. Andamento Processual. **Processo n.º 2013.01.1.016885-2 TJDF**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/processos/146286887/processo-n-2013011016885-2-do-tjdf>>.

RODRIGUEZ, Suzana. Fabricados para no durar. **RTVE**. Disponível em: <<http://www.rtve.es/noticias/20110104/productos-consumo-duran-cada-vez-menos/392498.shtml>>.

ROSENTHAL, Elizabeth. Tráfico de lixo é mina de ouro. **Folha de São Paulo**.05/10/2009. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/newyorktimes/ny0510200906.htm>>.

SAAD, Ana Lúcia. **Autocad – atualizações frequentes: avanço tecnológico ou obsolescência programada?** 2001. 186 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SILVA, Regina Beatriz Tavares da. et al. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: Saraiva, 2009.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **AgRgno Ag 1316667/RO**, Rel. Ministro VASCO DELLA GIUSTINA (DESEMBARGADOR CONVOCADO DO TJ/RS), TERCEIRA TURMA, julgado em 15/02/2011.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA – STJ. **AgRg no AREsp 78.862/RJ**, Rel. Ministro CASTRO MEIRA, SEGUNDA TURMA, julgado em 20/03/2012.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA – STJ. **REsp 984.106/SC**, Rel. Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 04/10/2012, DJe 20/11/2012.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL. **Proc. 20130110168852** - Segredo de Justiça 0004876-72.2013.8.07.0001, Relator: Angelo Passareli, Data de Julgamento: 07/02/2018, 5ª TURMA CÍVEL, Data de Publicação: DJE: 23/02/2018.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE RONDÔNIA. **AI: 08004635620198220000**, Data de Julgamento: 03/07/2019.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO – TJSP. **Apelação nº: 1003194-40.2015.8.26.0236**. Rel. Kenarik Boujikian. Jugado em: 29/09/2017.