

UNIMAR - UNIVERSIDADE DE MARÍLIA

ALLAN CÉSAR DE ARRUDA

**A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA CONTRAMÃO DO CONSUMO  
SUSTENTÁVEL NO BRASIL**

MARÍLIA  
2017

ALLAN CÉSAR DE ARRUDA

**A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA CONTRAMÃO DO CONSUMO  
SUSTENTÁVEL NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Direito da Universidade de Marília como requisito para a obtenção do título de Mestre em Direito, sob orientação da Profa. Dra. Mariana Ribeiro Santiago.

MARÍLIA  
2017

Arruda, Allan César de

A Obsolescência programada na contramão do consumo sustentável no Brasil/ Allan César de Arruda. - Marília: UNIMAR, 2017.

125f.

Dissertação (Mestrado em Empreendimentos Econômicos, Desenvolvimento e Mudança Social) – Universidade de Marília, Marília, 2017.

Orientação: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Mariana Ribeiro Santiago

1. Consumo Sustentável 2. Globalização 3. Obsolescência Programada 4. Relações de Consumo I. Arruda, Allan César de

CDD – 342.231

ALLAN CÉSAR DE ARRUDA

**A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA CONTRAMÃO DO CONSUMO  
SUSTENTÁVEL NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Direito da Universidade de Marília como requisito parcial para a obtenção de título de Mestre em Direito, sob orientação do Profa. (a) Dr. (a) Mariana Ribeiro Santiago

Aprovado em: \_\_/\_\_/\_\_\_\_

---

Coordenação do Programa de Mestrado em Direito

---

Profa. Dra. Mariana Ribeiro Santiago

---

Prof.

---

Prof.

Dedico esse trabalho primeiramente a Deus e a  
minha família.

Agradeço a Deus por me dar a oportunidade de concluir mais esse trabalho.

A minha família pela paciência nos vários momentos de ausência.

A minha namorada pelo apoio e compreensão nos momentos de ausência.

A minha orientadora Dra. Mariana Ribeiro Santiago pela cordial atenção dispensada e pelos grandes ensinamentos.

E a todos os que de uma forma ou de outra me ajudaram, 'sendo com a torcida, orações e apoio moral'.

“Para bem ou para mal, estamos sendo impelidos rumo a uma ordem global que ninguém compreende plenamente mas cujos efeitos se fazem sentir sobre todos nós.”

(Anthony Giddens – Mundo em descontrolado: o que a globalização está fazendo de nós, p. 17)

## A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA CONTRAMÃO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NO BRASIL

**RESUMO:** O estudo apresentado visa demonstrar as principais mudanças trazidas após o pós guerras, revoluções e a massificação da produção juntamente com as novas práticas utilizadas pelos fornecedores como a obsolescência programada, alterações que geram um desconforto e preocupação, pois vão na contramão do consumo sustentável. A pesquisa analisa ainda o conhecimento do termo obsolescência programada, os produtos que mais afetados por essa prática e quais os tipos de respostas que são dadas a cada caso quando empresa são acionadas. Dessa maneira, a prática da obsolescência programada segue do lado oposto, dos princípios sustentabilidade, função social da empresa, solidariedade e boa-fé. A pesquisa teve como foco demonstrar essa evolução, mostrar como era a prática da obsolescência programada utilizada por alguns fornecedores com a finalidade obterem maiores lucros, dentro de uma análise do consumo sustentável, nas esferas do meio ambiente, social e econômico, através de uma pesquisa documental com o levantamento de dados através de revisão de literatura de cada área estudada, mediante a aplicação do método hipotético-dedutivo e ainda o método indutivo onde é feito uma pesquisa de campo realizada através da plataforma de formulários da Google que buscou dimensionar o conhecimento acerca da prática da obsolescência programada.

**PALAVRAS-CHAVE:** globalização. obsolescência programada. relações de consumo. consumo sustentável.



## THE PLANNED OBSOLESCENCE AGAINST THE SUSTAINABLE CONSUMPTION IN BRAZIL

**ABSTRACT:** The study aims to show the main changes brought about after the post wars, revolutions and the massification of production along with the new practices used by vendors such as planned obsolescence, changes that cause a discomfort and concern, because they go against the sustainable consumption. The research analyzes the term knowledge still planned obsolescence, the products most affected by this practice and what kinds of answers that are given to each case when enterprise are triggered. In this way, the practice of planned obsolescence follows from the opposite side, of the sustainability principles, social function, solidarity and good faith. Focused research demonstrate that evolution, show the practice of planned obsolescence used by some suppliers in order to obtain higher profits, in an analysis of sustainable consumption, in the spheres of environment, social and economic through a documentary research with data collection through literature review of each study area, through the application of the hypothetico-deductive and inductive method where it is still made a field research conducted through the platform of forms of Google sought to scale the knowledge about the practice of planned obsolescence.

**KEYWORDS:** globalization. planned obsolescence. consumer relations. sustainable consumption.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1.	Sexo dos participantes.....	96
Figura 2.	Idade dos participantes.....	97
Figura 3.	Escolaridade dos participantes.....	97
Figura 4.	Conhecimento do termo obsolescência programada.....	98
Figura 5.	Produtos adquiridos pelos participantes e que apresentaram defeitos.....	99
Figura 6.	Prazos em que os defeitos surgiram.....	100
Figura 7.	Grau de satisfação na solução do problema.....	100

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

CDC – Código de Defesa do Consumidor.

Art. – Artigo.

P – Página.

STJ – Superior Tribunal de Justiça.

V - Volume.

Nº - Número.

REsp – Recurso Especial.

RJ – Rio de Janeiro.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>1 AS ALTERAÇÕES GERADAS NO MUNDO PELA GLOBALIZAÇÃO .....</b>	<b>14</b>
1.1 A INTERNET E SEU IMPACTO NA GLOBALIZAÇÃO .....	14
1.2 A SOCIEDADE DE CONSUMO E O CRESCIMENTO DO CONSUMISMO .....	24
<b>2. A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO BRASIL .....</b>	<b>34</b>
2.1 A CONSTRUÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR .....	34
2.2 SUJEITOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO .....	40
2.3 OS OBJETOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO .....	49
2.4 PRINCÍPIOS DO DIREITO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO .....	51
2.5 O CONSUMIDOR E SEUS DIREITOS .....	68
<b>3 A PRÁTICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA .....</b>	<b>82</b>
3.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA.....	82
3.2 UMA ANÁLISE DA PRÁTICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO .....	96
3.3 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E O TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE .....	102
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>114</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>117</b>

## INTRODUÇÃO

O período pós Segunda Guerra, atrelado aos efeitos da Revolução Industrial acabaram por redefinir as relações de consumo no mundo, tendo como pano de fundo todo o processo definido como globalização, cujas primeiras manifestações estão no século XVI, com expansão marítima europeia, e sua recente explosão a partir da Revolução Técnico-Científica-Informacional, no limiar do século XX.

Algumas empresas, pela massificação da produção, desenvolveram estratégias de persuasão do consumidor, dentre elas as práticas da obsolescência programada, correndo o risco de verem a qualidade de seus produtos sendo questionada, dada a baixa durabilidade, desde que os lucros fossem satisfatórios. Tal prática acabou por gerar problemas de dimensões universais, uma vez que colocou em risco os recursos do planeta e a qualidade de vida da população, pois o consumo descontrolado ligado aos recursos finitos do mundo poderá gerar no futuro um grande perigo a sobrevivência do planeta.

Diante disso, o presente trabalho tem como tema a análise da prática da obsolescência programada, na relação de consumo no viés das tentativas isoladas e regulamentação do desenvolvimento sustentável, ou seja, o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações, sejam por meio de leis específicas, estudos sobre a educação ou até mesmo por um trabalho em conjunto envolvendo o próprio Estado, empresa e consumidores, todos com uma mesma finalidade.

Assim sendo, definiu-se como objetivo geral analisar a prática da obsolescência programada utilizada pelos fornecedores como conduta incompatível com o consumo sustentável para a sociedade na área ambiental, social e econômica. Seguido de objetivos específicos, quais sejam: resgatar nuances do processo de globalização em oposição aos princípios que resguardam os direitos do consumidor; demonstrar, através de pesquisa de campo, o conhecimento do consumidor acerca da prática da obsolescência programada.

O trabalho estrutura-se em três capítulos. O primeiro aborda as principais mudanças decorridas pós Segunda Guerra, Revolução Industrial, resvalando na Revolução informacional, todas elas atreladas à globalização. Tais fatos explicam a mudanças de postura dos fornecedores e as consequências na vida do consumidor, bem com a apresentação do produto, modos de circulação e descarte. Em um pequeno espaço de tempo, a humanidade saiu de um modo de produção artesanal, visando a subsistência, sendo bombardeada por

novas tecnologias - TVs, rádios, internet, e outros aparatos – que redefiniram concepções de produção e consumo.

Com todas essas mudanças e com a globalização, criação da internet, aumentou a produção e o próprio consumo no mundo, pois com as novas tecnologias a publicidade tornou-se uma arma eficaz para as empresas que aproveitaram para expandir os seus negócios e gerar mais lucro.

No segundo capítulo aponta-se as preocupações dos governantes, e magistrado, com o crescimento exacerbado do consumo, e o empenho em conter as práticas desreguladas de fornecedores, práticas estas já presentes na Antiguidade, e que foram moldados e aprimorados com legislação própria, a exemplo do Código de Defesa do Consumidor. Pelo exame dos meios de proteção dos direitos dos consumidores, serão discutidos artigos que definem os sujeitos das relações de consumo, consumidor e fornecedor, bem como os objetos, produtos e serviços.

A nova legislação foi traçada com uma visão principiológica onde em seu texto traz vários princípios aplicados nas relações de consumo. Juntamente com os princípios foi criado um artigo específico para determinar todos os direitos dos consumidores, assim, fazendo com que o mesmo ficasse em pé de igualdade com os fornecedores.

O foco do terceiro capítulo é a obsolescência programada propriamente dita, de forma que procurou-se conceituá-la, determinar os tipos mais comuns existentes, bem como apresentar os resultados de pesquisa de campo realizada por meio eletrônico, pelo sistema de formulários da Google.

Tal pesquisa, ao lado de revisão de literatura ampla e sintética, segue os parâmetros do método hipotético-dedutivo e o indutivo onde buscou dimensionar o conhecimento dos participantes acerca da prática da obsolescência programada, produtos mais comuns que apresentam defeitos, a reação dos fornecedores quando são acionados, e o grau de satisfação dos consumidores quando querem ter seus direitos resguardados.

Apresenta-se ainda uma breve explanação acerca da prática da obsolescência programada que, consideradas as evidências, está na contramão do desenvolvimento sustentável, colocando em risco o futuro do planeta, quer pela dizimação da geração atual e futura.

Finalizando foi feito uma breve explanação dos possíveis fatos que poderiam ajudar nessa preocupação de melhorar a qualidade de vida por meio de um consumo sustentável, seja por meio de políticas públicas, incentivos fiscais, uma maior fiscalização e aplicação rigorosa do judiciário, uma vasta melhoria na educação financeira dos consumidores tirando do Estado

o papel que o mesmo tem imposto nos últimos anos por meio do chamado biopoder e um estudo e cuidados com a colaboração entre Estado, empresas e consumidores.

Tudo isso com a finalidade de garantir uma melhor qualidade de vida da população mundial atual e as gerações futuras.

## 1. AS ALTERAÇÕES GERADAS NO MUNDO PELA GLOBALIZAÇÃO

Nesse primeiro capítulo, busca-se elucidar alguns aspectos descritivos da globalização, e o importante surgimento de novas tecnologias, fenômeno este que tem alterado a economia, cultura e sociedade, antevendo-se efeitos positivos e negativos para as gerações.

Esse fenômeno alterou as formas de produção-consumo-mundial no mundo dando força ao sistema capitalista e à sociedade de consumo, dois aspectos relevantes – novas formas de produção e consumo – são decorrentes da nova vertente assumida pelo sistema capitalista que ganharam forças com as novas tecnologias como, TVs, rádio e internet, aumentando e facilitando a propagação de suas publicidades aos consumidores.

A análise da sociedade de consumo é fator importante para esclarecer o que os governos buscam para tentar manter as economias capitalistas ativas e com poder decisório, criando na mente da população que é necessário que se consuma os produtos expostos nos mercados para que a economia continue crescendo e ela, população, seja mais feliz e realizada com o hiperconsumo.

### 1.1 A INTERNET E O SEU IMPACTO NA GLOBALIZAÇÃO

O mundo está em constante mudanças, passando por várias fases, pois saiu da idade da pedra para chegar ao momento atual, alterando-se os meios de existência ou como se relaciona com o meio natural.<sup>1</sup> A caça e pesca com as próprias mãos e a plantação familiar deram lugar para a produção em massa e a compra de produtos industrializados afetou os antigos hábitos. Os meios de transportes e a comunicação acelerou os meios de trocas dos povos que já existiam há muito tempo, porém ganham forças.<sup>2</sup>

Por outro lado, a produção de riqueza passa a ser feita de forma desigual; ocorre uma padronização no sistema nas condições de vida das pessoas; muda-se o sistema de trabalho, exigindo-se mão de obra especializada, há uma mudança no convívio familiar, a ciência ganha uma grande modernização e há a dissolução das fronteiras políticas.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> MORAES, Kamila Guimarães. **Obsolescência planejada e direito: (in) sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2015. p. 17.

<sup>2</sup> PAULA, Victor Augusto Lima de. **Globalização, direito e internet: constatações e perspectivas**. Revista Jurídica. v. 2. n. 43. 2016. Disponível em: < <http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/index> >. Acesso em: 31 jan. 2017. p. 3.

<sup>3</sup> BECK Ulrich. **Sociedade de Risco: rumo a uma outra modernidade**. Tradução Sebastião Nascimento. São Paulo. Ed. 34. 2011. p. 5.



A globalização é marcada pelo o aumento dos meios tecnológicos, a baixa no custo de produção de áreas como o transporte, comunicação e informação, aumentando o mercado internacional derrubando barreiras mundiais criando um padrão mundial de consumo onde todos querem os mesmos tipos de produtos.<sup>4</sup>

O sistema de troca de um produto por outro extinguiu-se dando lugar à moeda como era feito. Todas essas mudanças tornaram o do mundo um lugar incerto, pelas constantes alterações seja na economia, política e formas de sociedades em uma velocidade intensa.

Assim, como Giddens bem descreve, estamos rumando à era global, cujo caminhos são desconhecidos e não se sabe quais serão os efeitos que essa nova ordem global irá causar sobre toda a população mundial.<sup>5</sup>

Nessa nova ordem global, tempo e espaço serão compreendidos de forma diferenciada e serão fatores diferenciadores do novo momento na sociedade, onde as novas tecnologias trazem uma mudança mundial.<sup>6</sup>

Esse novo momento é a globalização, evento que surge em meio às grandes revoluções e pós guerras, e que para muitos como Beck, Bauman e Chiavenato trará uma nova forma de sociedade, ou seja, uma padronização na forma de se viver<sup>7</sup>, uma lavagem cerebral<sup>8</sup> e será o destino da humanidade, tornando-se algo irreversível, afetando a todos na mesma medida<sup>9</sup>.

Assim, nota-se que a globalização explica as mudanças ocorridas no mundo, dentro dos períodos do crescimento do capitalismo, a Revolução Industrial, guerras, aumento das produção para a chamada “produção em massa”, por exemplo<sup>10</sup>. Trata-se de um fenômeno antigo, que se expandiu a partir das viagens marítimas de Portugal e Espanha, países que buscavam desvendar novas terras, novos povos, no bojo do século XVI.

---

<sup>4</sup> BECK Ulrich. **Sociedade de Risco: rumo a uma outra modernidade**. Tradução Sebastião Nascimento. São Paulo. Ed. 34. 2011. p. 4.

<sup>5</sup> GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole**. 6ª. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Record. 2007. p. 17.

<sup>6</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização as consequências humanas**. Tradução Marcus Prenchel. Rio de Janeiro. Zahar. 1999. p. 8.

<sup>7</sup> BECK Ulrich. **Sociedade de Risco: rumo a uma outra modernidade**. Tradução Sebastião Nascimento. São Paulo. Ed. 34. 2011.

<sup>8</sup> CHIAVENATO, Júlio José. **Ética globalizada & Sociedade de consumo**. 2ª ed. São Paulo. Moderna. 2004. p. 13.

<sup>9</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização as consequências humanas**. Tradução Marcus Prenchel. Rio de Janeiro. Zahar. 1999. p.7.

<sup>10</sup> BARBOSA, Alexandre de Freitas. **O mundo globalizado**. 5ª ed. São Paulo. Contexto. 2015. p. 21-22.

O processo da globalização por si só não é nem bom nem ruim; a situação a ser analisada é o modo como é percebido, pois, dependendo do caminho empreendido, pode-se chegar à miséria ou a abundância.<sup>11</sup>

Com a globalização pode-se dizer que vieram paralelamente, resultados positivos e negativos nas áreas da sociedade como cultura e economia, onde o ponto principal é o capitalismo e o crescimento da sociedade de consumo.<sup>12</sup>

Nesse sentido é importante rever o que Bauman ensina:

A “globalização” está na ordem do dia; uma palavra da moda que se transforma rapidamente em um lema, uma encantação mágica, uma senha capaz de abrir as portas de todos os mistérios presentes e futuros. Para alguns, “globalização” é o que devemos fazer se quisermos ser felizes; para outros, é a causa da nossa infelicidade.<sup>13</sup>

Dessa maneira, pode-se conceituar o fenômeno da globalização como a expansão do número de informação que afetou vários países e empresas, acelerando os processos de transações econômica, interligando mercados no mundo todo, saindo das vendas e compras nacionais, expandindo-se para todo o globo, ultrapassando as fronteiras nacionais.<sup>14</sup>

Santos também expõe sobre o tema, afirmando que a globalização é o topo da chamada internacionalização dos mercados, dando maior força ao mundo capitalista.<sup>15</sup>

Complementando os conceitos acima, para Giddens: “A globalização é política, tecnológica e cultural, tanto quanto econômica. Foi influenciada acima de tudo por desenvolvimentos nos sistemas de comunicação que remontam apenas ao final da década de 1960.”<sup>16</sup>

Com o processo da globalização, pessoas que viviam nas áreas rurais e cultivavam produtos para o sustento familiar vieram para a cidade atraídos pela Revolução Industrial, passam a trabalhar em fábricas executando serviços repetitivos, diferentes dos realizados nos campos, caracterizando uma nova forma de produção.<sup>17</sup>

---

<sup>11</sup> CHIAVENATO, Júlio José. **Ética globalizada & Sociedade de consumo**. 2ª ed. São Paulo. Moderna. 2004. p. 9.

<sup>12</sup> SANTANA, Héctor Valverde. Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações. *Revista de Direito do Consumidor*. V. 98/2005. p. 135 – 151. Mar – Abr. 2015. p. 1.

<sup>13</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização as consequências humanas**. Tradução Marcus Prenchel. Rio de Janeiro. Zahar. 1999. p. 7.

<sup>14</sup> BARBOSA, Alexandre de Freitas. **O mundo globalizado**. 5ª ed. São Paulo. Contexto. 2015. p. 12-13.

<sup>15</sup> SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 12.

<sup>16</sup> GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrolado**. 6ª. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Record. 2007. p. 21.

<sup>17</sup> SOLA, Diogo Diniz Lopes. **Globalização e a crise do estado moderno: perspectivas e desafios do desenvolvimento sustentável**. Curitiba. Juruá. 2015. p. 30.

Para Santana a globalização decorre da chamada Revolução Industrial, pois houve grandes mudanças econômicas e sociais, tendo como ponto a crescimento da atividade produtiva estabelecida nas grandes cidades, ou centros urbanos.<sup>18</sup>

O êxodo rural, acentua-se e grande número de pessoas a migra para os grandes centros em busca da felicidade, ou sucesso financeiro pela a chegada das grandes multinacionais que abriram seu campo de atuação em todo mundo.

Moraes descreve que: “Foi apenas uma questão de tempo e oportunidades para que esses povoados pré-modernos em crescimento se desenvolvessem em algo maior e mais complexo, transformando-se no que conhecemos atualmente por cidades.”<sup>19</sup>

O crescimento da população, guerras, mudanças na forma de vida, a mulher garantindo seus direitos, a tecnologia crescendo, mídia e medicina em grande desenvolvimento e a internet.<sup>20</sup>, foram fatores decisivos no processo de mudanças trazidas pela globalização.

Várias foram as fases dessa mudança, sendo a primeira no período de 1760 e 1840, com o advento das ferrovias, a invenção da máquina a vapor e a realização da produção mecânica. Logo após, nos séculos XIX e XX, outra grande revolução, qual seja, a utilização da eletricidade, trazendo celeridade e aumento nas montagens, com a chamada produção em massa. Já a partir de 1960, começa a chamada revolução digital, com a criação de computadores e da internet.<sup>21</sup>

Diante de tal contexto Souza e Oliveira tratam globalização como:

(...) um fenômeno político, econômico, tecnológico e cultural que desencadeou a ruptura das barreiras territoriais, a internacionalização e a difusão do conhecimento e da informação em nível global, pelo avanço e desenvolvimento dos meios de comunicação.<sup>22</sup>

<sup>18</sup> SANTANA, Héctor Valverde. Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações. Revista de Direito do Consumidor. V. 98/2005. p. 135 – 151. Mar – Abr. 2015. p. 1.

<sup>19</sup> MORAES, Kamila Guimarães. **Obsolescência planejada e direito: (in) sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2015. p. 27.

<sup>20</sup> SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. **Função solidária: a terceira dimensão dos contratos**. Disponível em: < <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=7283518d47a05a09> > Acesso em 20 maio. 16.. p. 2.

<sup>21</sup> SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. Tradução. Daniel Moreira Miranda. São Paulo. Edipro. 2016. p. 15-16.

<sup>22</sup> SOUZA, Oreonnilda de. OLIVEIRA, Lourival José de. **Globalização e relações de consumo: servidão moderna e degradação ambiental**. In. Revista Direito Ambiental. v. 6. n. 2. 2016. p. 157.

A Segunda Guerra Mundial, é um marco na evolução dos meios de comunicações e tecnológicos, acessíveis em quase todo o mundo, através de satélites que transmitem informação a nível mundial, com precisão e rapidez<sup>23</sup>.

No final do século XX, adentrando o século XXI, momentos históricos como o encontro dos presidentes da Coreia do Sul e do Norte, baixas e altas das bolsas de valores, temperaturas em todo o mundo, o novo lançamento do salão de carros em Paris, demarcam, definitivamente, a era do rompimento das fronteiras geográficas e do tempo, nos idos de 1960<sup>24</sup>.

A chamada internacionalização da economia, ocorreu pela criação de novas tecnologias, aplicadas na indústria.<sup>25</sup>

Saraiva e Veras Neto define que:

A globalização, como mecanismo integrador econômico-social em escala planetária, possibilitou a redução das fronteiras e a extensão mundial das relações sociais entre os indivíduos. Em contrapartida, no que tange à ocidentalização da humanidade, e a globalização representa a intensificação e a aceleração daquilo que se entender por dominação econômico-cultural ocidental.<sup>26</sup>

Claro está que tais alterações fizeram com que diminuíssem as barreiras e fronteiras, mudando-se o sentido de espaço geográfico no mundo, onde os mercados e culturas passaram a ter acesso a outros tipos de outros países.<sup>27</sup>

Paralelamente o sistema de mercados e economia mundial foram afetados e afetaram economias inteiras pela utilização da internet, com a vasta quantidade de informação transferidas rapidamente – dados bancários – por exemplo.<sup>28</sup>

Assim sendo, o processo de globalização é um sistema complexo, pois envolve não apenas a economia, mas outros pontos importantes dentro da sociedade, como comunicação, política interna e internacional.<sup>29</sup>

---

<sup>23</sup> GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole**. 6ª. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Record. 2007. p. 21.

<sup>24</sup> BARBOSA, Alexandre de Freitas. **O mundo globalizado**. 5ª ed. São Paulo. Contexto. 2015. p. 9.

<sup>25</sup> BARBOSA, Alexandre de Freitas. **O mundo globalizado**. 5ª ed. São Paulo. Contexto. 2015. p. 25.

<sup>26</sup> SARAIVA, Bruno Cozza. VERAS NETO, Francisco Quintanilha. **Estado, Constituição e Globalização: a retomada do social e a construção do ambiental**. In. Revista Veredas do Direito, v. 12. N. 23. p. 337-366 – Janeiro/Junho. Belo Horizonte. 2015. p. 342.

<sup>27</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização as consequências humanas**. Tradução Marcus Prenchel. Rio de Janeiro. Zahar. 1999. p. 19.

<sup>28</sup> GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole**. 6ª. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Record. 2007. p. 20.

<sup>29</sup> ZOLO, Danilo. **Globalização: um mapa dos problemas**. Florianópolis: Conceito Editorial, 2010. p. 9.

A globalização afeta o mundo, pois se trata da palavra da moda como Bauman traz, em vários locais se ouve tal palavra, parece a revolução do mundo, mas tal processo não é igual para todos.<sup>30</sup>

No entanto fato, a globalização não é uma forma padronizada, homogeneização de condições econômicas, pois nem todos os países do mundo se adaptaram-se ao novo processo econômico, causando prejuízos e vantagens em outros lugares.<sup>31</sup>

Houve um aumento nas relações internacionais em áreas como social, cultural, política e com maior intensidade na parte econômica. O comércio internacional cresceu sendo criados setores regionais de Estados que visam o comércio e mercados comuns.<sup>32</sup>

O processo de globalização elimina barreiras e rompe fronteiras territoriais fazendo com que haja uma economia internacionalizada por meio da tecnologia, tornando sociedades e culturas mais desenvolvidas, mas também pode causar uma mudança no meio da sociedade aumentando o consumismo e criando muita desigualdade social.<sup>33</sup>

Pode-se constatar que a globalização trouxe grandes mudanças para o mundo, porém juntamente com essas mudanças e melhorias, também vieram os pontos negativos, como aumento de lixo, gerado pelos descartes desregulados de produtos tecnológicos; a exclusão social reflexo abertura de mercado, que na verdade não é globalizada, afetando muitos países que convivem com a miséria.<sup>34</sup>

É necessário salientar que a globalização trouxe a chamada exclusão digital, sendo que com a enorme distribuição de informação, grandes cidades possuem mais telefones que um único país, dessa maneira, a mesma globalização que traz vantagens integra grandes centros econômicos, em outros locais desintegra mercados com a falta de infraestrutura, telecomunicação e serviços de informática, resultando na falta de competitividade internacional desses países excluídos.<sup>35</sup>

Tais mudanças deram origem a criação de uma “torre de babel” onde passou-se a imaginar que tudo é possível, acreditando-se em um mundo de fabulações em que se cria um

---

<sup>30</sup> MACEDO JUNIOR, Ronaldo Porto. **Globalização e direito do consumidor**. Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor. v. 2. p. 1377 - 1389. Abr. 2011.

<sup>31</sup> BARBOSA, Alexandre de Freitas. **O mundo globalizado**. 5ª ed. São Paulo. Contexto. 2015. p. 14.

<sup>32</sup> SANTANA, Héctor Valverde. Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações. Revista de Direito do Consumidor. V. 98/2005. p. 135 – 151. Mar – Abr. 2015. p. 3-4.

<sup>33</sup> SOUZA, Oreonnilda de. OLIVEIRA, Lourival José de. **Globalização e relações de consumo: servidão moderna e degradação ambiental**. In. Revista Direito Ambiental. v. 6. n. 2. 2016. p. 160.

<sup>34</sup> SOLA, Diogo Diniz Lopes. **Globalização e a crise do estado moderno**: perspectivas e desafios do desenvolvimento sustentável. Curitiba. Juruá. 2015. p. 62.

<sup>35</sup> BARBOSA, Alexandre de Freitas. **O mundo globalizado**. 5ª ed. São Paulo. Contexto. 2015. p. 78-79.

único discurso para todo o mundo, sendo o foco maior o dinheiro, a monetarização da vida social e pessoal do ser humano.<sup>36</sup>

Dessa maneira, nota-se que o mundo globalizado assentado nas novas tecnologias, visa lucros e aumento de sua produção, esquecendo que isso afeta outros fatores da vida, e o nosso próprio planeta. Contudo, não se pode deixar de citar que as novas tecnologias foram, ao mesmo tempo, uma grande conquista. Os meios de comunicação evoluíram muito com a globalização, as TVs, os computadores e celulares, trazendo muitas melhorias para o mundo.

Como pode-se ver, para que nasça uma nova produção social de riqueza, o mundo acaba entrando de uma produção de risco, pois toda ação gera uma reação, no caso da globalização os efeitos começam aparecer, porém aparenta ser apenas um início, pois tem muito por vir, mas que só será apreciado com o tempo.<sup>37</sup>

A internet, criada com fins de uso militar, posteriormente foi propagada para todo o mundo, trazendo um conhecimento globalizado, ampliando as informações disponíveis aos indivíduos e tornando o mercado econômico muito mais competitivo.<sup>38</sup>

Mattos demonstra que:

A rede, que foi chamada de Internet (entre Redes), foi um sucesso e começou a se expandir. Novas aplicações eram descobertas. A primeira foi o e-mail (eletronic mail), transformando-a também em um correio eletrônico. Em 1989, a Internet sai do Departamento de Defesa dos Estados Unidos e passa a ser usada pelas empresas e organizações. Em 1995, metade da Internet já se localizava fora dos Estados Unidos; foi quando ela começou a funcionar também no Brasil, por meio da Embratel, então uma empresa estatal (depois adquirida pela MCI). A Internet não tinha mais dono: acabara de ser de domínio público.<sup>39</sup>

Internet, termo inglês que significa International Network of Computers, formada por uma rede de computadores ligados por linhas telefônicas, satélites. Uma rede que vincula, universidades, governos, empresas e milhões de pessoas no planeta.<sup>40</sup>

Um sistema que saiu do poderio militar para as Universidades, Governos, empresas e chegou até a população, tornando-se uma das tecnologias mais utilizadas no mundo, dando

---

<sup>36</sup> SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 9.

<sup>37</sup> BECK Ulrich. **Sociedade de Risco: rumo a uma outra modernidade**. Tradução Sebastião Nascimento. São Paulo. Ed. 34. 2011. p. 23.

<sup>38</sup> SCHERKERKEWITZ, Ivo Chaitz. **Direito e Internet**. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2014.p. 15-16.

<sup>39</sup> MATTOS, Antonio Carlos M. **Sistemas de informação: uma visão executiva**. São Paulo. Saraiva. 2005. p. 62-63.

<sup>40</sup> SCHERKERKEWITZ, Ivo Chaitz. **Direito e Internet**. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2014.p.14.

maior praticidade à chamada comunicação, aumentando a utilização dos computadores e popularizando a comunicação de dados.<sup>41</sup>

No Brasil a Lei 12.965/2014 assim dispõe em seu artigo 5º, inciso I, que entende por um sistema que é formado a internet como um conjuntos de protocolos lógicos a nível mundial para que o seu uso seja irrestrito ao público, facilitando a comunicação de dados por diferentes continentes através da rede.

Com essa nova tecnologia, países como o Brasil passaram da condição de desconhecidos, de mercados inacessíveis ou de possibilidades inexistentes e entraram no processo de competitividade. Com a explosão da utilização da internet muitos doutrinadores e sociólogos passaram nominar este de um novo ciclo, Barreto Junior relata que:

(...) esse novo ciclo histórico de Sociedade da Informação, cuja principal marca é o surgimento de complexas redes profissionais e tecnológicas voltadas à produção e ao uso da informação que alcançam ainda sua distribuição através do mercado, bem como as formas de utilização desse bem para gerar conhecimento e riqueza.<sup>42</sup>

A internet se tornou tão conhecida mundialmente que em muitos casos se confunde com o termo “rede de computadores”; sendo que a internet, na verdade, é constituída por várias redes de computadores que estão interligados, por roteadores e provedores.<sup>43</sup>

Assim, Bargalo assevera: “(...) os computadores possma comunicar-se pela Internet, a linguagem comum utilizada é o protocolo TCP/IP. O protocolo TCP/IP é formado por dois componentes: o TCP, Transmission Control Protocol, protocolo de controle de transmissão, e o IP, Internet Protocol, (...)”<sup>44</sup>

Como se vê, a humanidade passa por uma transformação, ligada às alterações tecnológicas e com a utilização do computador e dos meios de energia, sistemas, transporte e comunicações e principalmente com a mudança do suporte financeiro e comercial, e coloca relevada importância na empresa que integra vida social e econômica da sociedade atual.<sup>45</sup>

Nesse novo ritmo criado pela globalização e pelo avanço da internet, Bauman ainda descreve que o espaço deixa de existir com os novos meios de comunicações, onde ações e

<sup>41</sup> BARBAGALO, Erica Brandini. **Contrato eletrônicos: contratos formados por meio de redes de computadores: peculiaridades jurídicas da formação do vínculo**. São Paulo. Saraiva. 2001. p. 32.

<sup>42</sup> BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. **Atualidades do Conceito de sociedade da informação para a pesquisa jurídica**. In. O direito na sociedade da informação. Liliana Minardi Paesani. São Paulo. Atlas. 2007. 61 – 69. p. 62.

<sup>43</sup> BARBAGALO, Erica Brandini. **Contrato eletrônicos: contratos formados por meio de redes de computadores: peculiaridades jurídicas da formação do vínculo**. São Paulo. Saraiva. 2001. p. 32.

<sup>44</sup> BARBAGALO, Erica Brandini. **Contrato eletrônicos: contratos formados por meio de redes de computadores: peculiaridades jurídicas da formação do vínculo**. São Paulo. Saraiva. 2001. p. 33.

<sup>45</sup> WALD, Arnoldo. **Novas perspectivas da empresa - (vistas por um advogado)**. Revista Tributária e de Finanças Públicas. vol. 1 p. 39 – 50. Dez. 2010. p. 39.

informações passam a movimentar-se na velocidade de um clique, ou seja, por meio de mensagens eletrônicas, cujo tempo de acesso é instantâneo, sendo que um fato que acontece na China em coisa de minutos o mundo todo já tem acesso, encolhendo a insignificância do instante.<sup>46</sup>

Dessa forma, com essa redução de espaço no tempo as pessoas passam a integrar um espaço cibernético que elas nem sequer conhecem seus vizinhos. Assim, seguindo essa linha, Giddens afirma que: “(...) Nelson Mandela é mais conhecido para nós do que o nosso próprio vizinho de porta (...).<sup>47</sup>

Com a internet, as pessoas passam a ter um conhecimento universal, ou globalizado, não sendo importante o local que as mesmas estejam fisicamente, pois as novas tecnologias dão o acesso a informação do mundo todo.<sup>48</sup>

No Brasil o uso comercial da internet só foi liberado pelo governo em 1995, onde começaram a surgir os primeiros provedores comerciais, fornecendo o serviço à população.<sup>49</sup>

A mecanização utilizada na primeira grande revolução levou aproximadamente 120 anos para que pudesse se propagar na Europa, já a internet obteve um resultado diferente, pois em menos de uma década se espalhou pelo globo todo, um grande avanço ocorrido através do fenômeno da globalização.<sup>50</sup>

Nas palavras de Scherkerkewitz: “O mundo ficou menor com o avanço da tecnologia. As distâncias físicas foram rapidamente superadas, como nunca antes havia sido sequer sonhado. (...) os avanços da medicina puderam ser compartilhados.”<sup>51</sup>

Portanto, a globalização foi de suma importância para as grandes alterações na comunicação e na chamada sociedade de informação em que se vive com a criação da rede mundial de computadores, como o aumento e o uso da informação traz ao mundo uma nova roupagem, onde todos conseguem obterem informações que acontecem no mundo todo em questão de segundos.<sup>52</sup>

---

<sup>46</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização as consequências humanas**. Tradução Marcus Prenchel. Rio de Janeiro. Zahar. 1999. p. 20.

<sup>47</sup> GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrolado**. 6ª. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Record. 2007. p. 22.

<sup>48</sup> SCHERKERKEWITZ, Ivo Chaitz. **Direito e Internet**. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2014. p. 16.

<sup>49</sup> SANTOS, Aldemar de Araújo. **Informática na empresa**. 4. Ed. São Paulo. Atlas. 2006. p. 57.

<sup>50</sup> SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. Tradução. Daniel Moreira Miranda. São Paulo. Edipro. 2016. p. 17.

<sup>51</sup> SCHERKERKEWITZ, Ivo Chaitz. **Direito e Internet**. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2014. p. 20.

<sup>52</sup> BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. **Atualidades do conceito de sociedade da informação para a pesquisa jurídica**. In. O direito na sociedade da informação. Liliana Minardi Paesani. São Paulo. Atlas. 2007. 61 – 69. p. 62.



A mudança foi tão rápida com a chegada da internet que e as novas tecnologias, que as máquinas se tornaram obsoletas, e a língua portuguesa não conseguiu nem dar um nome a nova onda, utilizando-se de expressões estrangeiras normalmente do inglês para dar nome a objetos e a forma de comunicar ideias.<sup>53</sup>

Segundo Bauman:

Afinal, o aparecimento da rede mundial de computadores pôs fim – no que diz respeito à informação – à própria noção de “viagem” (e de “distância” a ser percorrida), tornando a informação instantaneamente disponível em todo o planeta, tanto na teoria como na prática.<sup>54</sup>

Dessa forma, com o grande impacto gerado pela internet e as novas tecnologias trazidas pela globalização, o mundo muda de forma significativa, nas tecnologias, nas ciências biológicas, gerando grandes mudanças para as pessoas, com tantas inovações.<sup>55</sup> Para Schwab: “Somos testemunhas de mudanças profundas em todos os setores, marcadas pelo surgimento de novos modelos de negócios, pela descontinuidade dos operadores e pela reformulação da produção, do consumo, dos transportes e dos sistemas logísticos”.<sup>56</sup>

Com a internet, ou a chamada comunicação eletrônica, o conceito de informação foi alterado, em razão de que a forma com que é levado ao seu público alvo muda completamente o mundo. Por certo as pessoas conhecem tão bem os seus astros, Elvis Presley, Papa João Paulo II e Pelé, porém não sabem nem dizer qual a cor de seu vizinho ao lado, mudando a nova forma de se interagir em um mundo globalmente interligados ao passo de um simples clique.<sup>57</sup>

O que não se sabe com exatidão é como todas essas inovações atingiram o mundo, e se as proporções trazidas com a globalização serão boas ou más para o globo terrestre nos aspectos ambientais, sociais, ambientais etc.

---

<sup>53</sup> CHIAVENATO, Júlio José. **Ética globalizada & Sociedade de consumo**. 2ª ed. São Paulo. Moderna. 2004. p. 12.

<sup>54</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização as consequências humanas**. Tradução Marcus Prenchel. Rio de Janeiro. Zahar. 1999. p. 22.

<sup>55</sup> SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. Tradução. Daniel Moreira Miranda. São Paulo. Edipro. 2016. p. 11.

<sup>56</sup> SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. Tradução. Daniel Moreira Miranda. São Paulo. Edipro. 2016. p. 11-12.

<sup>57</sup> GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole**. 6ª. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Record. 2007. p. 22.

Chiavenato expõe que: “Em contrapartida, cresceu o desemprego. A violência aumentou. As drogas conquistaram os jovens. A miséria e a fome são maiores que há vinte anos. Nunca houve tantas guerras simultâneas.”<sup>58</sup>

Os avanços são grandes, porém com eles também surgem problemas causados pelo rápido avanço dos meios tecnológicos, onde as pessoas não estão preparadas para as situações que a rede pode trazer.

Diante disso, nos próximos tópicos serão abordados fatores trazidos com a globalização e que poderão afetar sistematicamente o modo de atual, especificamente nas relações de consumo.

## 1.2 A SOCIEDADE DE CONSUMO E O CRESCIMENTO DO CONSUMISMO

A sociedade passou por mudanças, saindo da antiga sociedade de produtores, passando para a sociedade de consumidores. A primeira visava a segurança; a segunda, o desejo, o anseio do novo.

Segundo Norat: “(...) já na antiguidade se têm relatos de exploração comercial; colônias como a de Kanes, na Ásia Menor, os egípcios, hebreus e principalmente os fenícios praticaram o comércio em larga escala de produtos como perfume, cereais, marfim, metais, joias, (...)”<sup>59</sup>

Dessa maneira o consumo já é introduzido na sociedade, onde os seres humanos se inserem. Para fazer parte de um grupo, de uma sociedade, é preciso que se pratique as crenças e também se insira dentro do seu sistema, situação que acontece na em todas as sociedades. Não é diferente na sociedade consumo.<sup>60</sup>

Nesse novo modelo de sociedade levou-se em conta o fortalecimento da produção incitando o consumo, colocando os consumidores como um sujeito que necessita comprar para manter um estilo um identidade, dentro de sua vida coletiva, podendo integrar um grupo se distinguindo do demais.<sup>61</sup>

<sup>58</sup> CHIAVENATO, Júlio José. **Ética globalizada & Sociedade de consumo**. 2ª ed. São Paulo. Moderna. 2004. p. 12.

<sup>59</sup> NORAT, Markus Samuel Leite. Evolução histórica do direito do consumidor. **Revista Jurídica Cognitio Juris**, João Pessoa, a. I, n. 2, ago. 2011. Disponível em: <<http://www.cognitiojuris.com/artigos/02/12.html>>.

<sup>60</sup> AUGUSTO, Maria Helena Oliva. Tempo e indivíduo no mundo contemporâneo: o sentido da morte. **Psicologia USP**. São Paulo, 1994, v. 5, n. 1-2. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-51771994000100012](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-51771994000100012)>. Acesso em: 01 maio de 2017.

<sup>61</sup> CORTEZ, ATC., and ORTIGOZA, SAG., orgs. *Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano* [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 146 p. ISBN 978-85-7983-007-5. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>. p. 3

Como se sabe, todos são consumidores. As pessoas consomem na hora de comer, no banho, no passeio, na educação, no lazer e no próprio trabalho, estando em constante consumo,<sup>62</sup>

Atualmente pode se falar em uma sociedade de consumo com nuances peculiares, onde todos estão inseridos, no sistema, onde se pode ter um carro, um cartão de crédito e outros benefícios que o próprio modelo de sociedade fornece, mas com um significado diferenciado.<sup>63</sup>

Com a Revolução Industrial, pela utilização do aço e carvão, a população que morava nos campos, ou áreas rurais, começou a migrar para os centros urbanos; assim, com esse aumento, as pessoas começaram a mudar os hábitos e se interessar mais pelo consumo para realizarem as suas necessidades do dia a dia.<sup>64</sup>

Dessa forma o capitalismo continua sendo o ponto principal no sistema econômico mundial, estabelecendo a necessidade do aumento de capitais e fomentando a grande produção em massa para manter o consumo e os mercados numa escala mundial.<sup>65</sup>

Com as grandes alterações trazidas com a globalização, o mundo passou por uma mudança muito rápida, pois com as novas tecnologias criadas e com os novos meios de comunicações, transportes e a medicina atual não se pode pensar em barreiras geográficas ou espaço, pois a nova realidade está para todos como se pode ver através de um clique.<sup>66</sup>

Segundo Lipovetsky a expressão “sociedade de consumo”:

(...) aparece pela primeira vez nos anos 1920, populariza-se nos anos 1950-60, e seu êxito permanece absoluto em nossos dias, como demonstra seu amplo uso na linguagem corrente, assim como nos discursos mais especializados.<sup>67</sup>

Dessa forma Silva expressa sobre a nova realidade que mudou no século XVIII em diante, que passou a adotar um sistema econômico que visava a produção de lucro não havendo nenhuma importância com a ética; onde se cria a preocupação os com o chamado ter,

<sup>62</sup> LIMA, Gabriela Eulalio de. **A sociedade de consumo e o desenvolvimento sustentável contruído a partir do consumo colaborativo**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 25.

<sup>63</sup> **Sociedade de consumo**. Produção. Programa Consertos de Ideias 2015. (26min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=NtG6c4EKZk8>> Acesso em 20 out. 2016.

<sup>64</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo, Saraiva. 2014. p. 27.

<sup>65</sup> NORAT, Markus Samuel Leite. Evolução histórica do direito do consumidor. **Revista Jurídica Cognitio Juris**, João Pessoa, a. I, n. 2, ago. 2011. Disponível em: <<http://www.cognitiojuris.com/artigos/02/12.html>>.

<sup>66</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização as consequências humanas**. Tradução Marcus Prenchel. Rio de Janeiro. Zahar. 1999. p. 19-20.

<sup>67</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo**. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo. Companhia das Letras. 2007. p. 23.

que enraizado na cabeça da coletividade torna-se uma maneira de alimentar o próprio sistema.<sup>68</sup>

Muitas das pessoas vivem em torno da diversão, educação, compras e contas a pagar. Nessa nova realidade, a chamada sociedade de produtores passa a ser também a sociedade de consumidores, onde o homem muda a sua forma de se relacionar com o meio ambiente.<sup>69</sup>

No século XIX, a sociedade de consumo já estava estabelecida em alguns países, como Inglaterra, França e Estados Unidos. Neles já eram incluídas novas formas de comercialização e técnicas de marketing, como as vitrines que eram voltadas para a rua para atrair o olhar de quem por ali passasse, garantindo uma melhor divulgação do que era a moda na época.<sup>70</sup>

Essa nova sociedade teve seu início na década de 1980, quando foi constatado por historiadores que estava ocorrendo uma mudança visível na sociedade contemporânea.<sup>71</sup> Assim, o consumo era o ponto estruturante do modelo econômico dos países, visando garantir a satisfação do consumidor, sendo elas essenciais, ou não.<sup>72</sup>

Bauman define a nova sociedade como a sociedade líquido-moderna que tem como ponto principal o consumo, o qual é a mais nova forma de satisfação das pessoas, ou pelo menos traz como slogan tal premissa, mantendo um poder sedutor para garantir que o ato de comprar vire rotina na vida de todos, pois para que uma sociedade de consumo possa durar por longas décadas é necessário implantar na cabeça das pessoas que o consumo lhe trará a felicidades ou satisfação.<sup>73</sup>

Sociedade de consumo é um rótulo que jornalistas, profissionais do marketing, acadêmicos e intelectuais utilizam para descreve a sociedade contemporânea, onde se vive no momento da informação, capitalizado desenfreado em um espetáculo onde o consumo está no topo.<sup>74</sup>

Bauman diz que:

(...) o consumo (...). É uma atividade que fazemos todos os dias, por vez de maneira festiva, ao organizar um encontro com os amigos, comemorar um evento importante

<sup>68</sup> SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras.** São Paulo. Globo. 2014. p. 20.

<sup>69</sup> MORAES, Kamila Guimarães. **Obsolescência planejada e direito: (in) sustentabilidade do consumo à produção de resíduos.** Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2015. p. 31.

<sup>70</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo.** Rio de Janeiro. Jorge Zahar. 2004. p. 27.

<sup>71</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo.** Rio de Janeiro. Jorge Zahar. 2004. p. 15.

<sup>72</sup> SANTANA, Héctor Valverde. **Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações.** Revista de Direito do Consumidor. V. 98/2005. p. 135 – 151. Mar – Abr. 2015. p. 4.

<sup>73</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida.** Tradução Carlos Alberto Medeiro, Rio de Janeiro. Zahar. 2005. p. 105.

<sup>74</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo.** Rio de Janeiro. Jorge Zahar. 2004. p. 7.

ou para nos recompensar por uma realização particularmente importante – mas a maioria das vezes é de modo prosaico, rotineiro, sem muito planejamento antecipado nem reconsiderações.<sup>75</sup>

Nesse novo modelo de sociedade é preciso criar algo novo a todo instante, para que os consumidores possam se sentir insatisfeitos com o que têm, e assim, adquirir algo novo que não dura por muito tempo, e que logo será substituído por um novo modelo, ou uma nova ideia.<sup>76</sup>

Na sociedade de consumo o foco principal é a insatisfação dos desejos do ser humano, centro importante onde cresce a busca pelos bens de consumo, pois estes perdem rapidamente seu valor, atualizados por novos desejos de compra, saindo do ponto de necessário para uma compulsão.<sup>77</sup>

A necessidade de consumir passa ser algo importante para as pessoas, motivo que leva tantas pessoas aos shopping centers e lojas, em busca de um consolo, tentando resolver seus problemas diários com a satisfação da compra, mesmo que momentaneamente.<sup>78</sup>

No mesmo sentido dessa modificação nos meios de produção, fala-se em uma despersonalização, desmaterialização do comércio jurídico que passou adotar um método de contratação em massa, e contratos de adesões, padronizados para favorecer a agilidade na contratação.<sup>79</sup>

Assim, as empresas, aproveitando-se da insatisfação dos desejos dos consumidores, produzem objetos/mercadorias em abundância, conseguindo a multiplicação do consumo com os novos produtos que colocam no mercado, que muitas das vezes são maiores que se pode consumir, preocupando-se apenas com o consumo.<sup>80</sup>

Na sociedade de consumo as pessoas acreditam que o tempo é tudo e o consumo muito necessário, mas de uma forma rápida, ou seja, de imediato; fator esse que empresas utilizam em seus anúncios, ou seja, a técnica que leva o consumidor a pensar que, se não comprar “só

<sup>75</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p. 37.

<sup>76</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Tradução Carlos Alberto Medeiros, Rio de Janeiro. Zahar. 2005. p. 105.

<sup>77</sup> LIMA, Gabriela Eulalio de. **A sociedade de consumo e o desenvolvimento sustentável construído a partir do consumo colaborativo**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 15.

<sup>78</sup> LIMA, Gabriela Eulalio de. **A sociedade de consumo e o desenvolvimento sustentável construído a partir do consumo colaborativo**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 15.

<sup>79</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006. p. 65.

<sup>80</sup> BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução. Artur Morão. Edições 70. Lisboa. 2010. p. 15.

nessa sexta” ele acabará pagando mais caro ou será chamado de “ingênuo” por perder essa excelente oferta.<sup>81</sup>

A sociedade de consumo apresenta-se com a finalidade de melhorar o sistema capitalista, trazendo consigo um aumento expressivo na produção de produtos e com isso colocando no mercado muito mais produtos para a venda. Dessa maneira, necessita de que haja uma maior procura para que estes sejam todos vendidos, criando na mente dos consumidores uma insatisfação, cujo foco, nas palavras de Bauman: “(...) é depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido alçados ao universo dos desejos do consumidor.”<sup>82</sup>

O novo modelo cria formas de atrair as pessoas para o consumo, por meio da mídia, que muitas vezes transmite informações que são inverídicas sobre a realidade.<sup>83</sup>

Como forma de conquistar o consumidor, e para seduzir, criam-se os grandes “Shopping” que nas palavras de Baudrillard podem ser:

(...) agradável no mesmo local climatizado, comprar de uma só vez as provisões alimentares, os objetos destinados ao apartamento e à casa de campo, os vestidos, as flores, o último romance ou a última quinquilharia, enquanto maridos e filhos veem um filme ou almoçam todos ali mesmo, etc. Café, cinema, livraria, auditório, bagatelas, vestidos e muitas outras coisas ainda nos centros comerciais (...) <sup>84</sup>

Trata-se de um lugar onde as pessoas encontram tudo o que precisam; assim sendo, a nova sociedade visa estimular o consumo que movimento o capitalismo e a chamada sociedade de consumo, sem se preocupar com os resultados deletérios aos consumidores.

A sociedade do consumo é uma revolução do capitalismo que, na busca incansável pela instigação da demanda e da proliferação de necessidades, o coloca o consumo no lugar da produção.<sup>85</sup>

Assim, os cidadãos dessa nova sociedade passaram a se preocupar com um ponto incomum, o desejo, que precisa ser saciado de forma rápida, sem se preocupar com o amanhã.<sup>86</sup>

---

<sup>81</sup> KUHN, Martin. **Império do imediato**. 2011. (17min.33s.). Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=IULDr1ev4s0> > Acesso em 20 out. 2016.

<sup>82</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Tradução Carlos Alberto Medeiro, Rio de Janeiro. Zahar. 2005. p. 105.

<sup>83</sup> BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução. Artur Morão. Edições 70. Lisboa. 2010. p. 24.

<sup>84</sup> BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução. Artur Morão. Edições 70. Lisboa. 2010. p. 18.

<sup>85</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo**. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo. Companhia das Letras. 2007. p. 11.

<sup>86</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo**. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo. Companhia das Letras. 2007. p. 11.

Como se pode constatar, através dos meios de comunicações as pessoas estão passando por vertigem da realidade; e o mercado focado no propósito de manter a sociedade de consumo em vigor, com força total, utiliza-se dos meios de comunicação para passar uma realidade que não existe, exibindo uma necessidade que ninguém é obrigado a seguir, mas, por causa da vertigem dessa realidade, muitas pessoas estão consumindo sem necessitar.<sup>87</sup>

Dessa maneira pode se dizer que o ser humano sente que precisa consumir, pois dessa forma estaria investindo em si mesmo para se inserir na sociedade de consumo, enquadrando-se no padrão e no grupo social.<sup>88</sup>

Pode se dizer que o estilo de vida na social na cultura do consumo aponta que as pessoas consumiam de acordo com o que a sua colocação social apresentava, dessa maneira, alguém da monarquia sempre usaria roupas de seda, diferente das demais classes.<sup>89</sup>

Assim, devido às informações aplicadas na sociedade de consumo, é provável que homens e mulheres seguindo o estilo de vida que se diz da moda abracem a cultura do consumo, vivendo a realidade apresentada pelas ideias da sociedade de consumo.<sup>90</sup>

De uma forma mais clara pode-se dizer que o consumo passou dos padrões familiares, para uma forma individualista, um busca o seu padrão, saindo do consumo de pátina para o chamado modismo, onde as pessoas não se preocupam mais com o a qualidade e duração, mas com o que está ou não na moda.<sup>91</sup>

Diante da análise feita, verifica-se que, com mudança da sociedade de produtores para a chamada sociedade de consumo, o cidadão passou a se preocupar muito mais com o seu status, colocando na sua mente que para ser alguém é preciso comprar, aumentando o consumismo na sociedade, uma doença que tem crescido na atualidade e que precisa de cuidados.

Os padrões mudaram a relação de consumo, pois foram implantados novos sistemas que trouxeram um novo jeito de consumir, uma necessidade que nunca foi vista antes, causando mudanças e gerando a vontade do ter.

---

<sup>87</sup> BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução. Artur Morão. Edições 70. Lisboa. 2010. p. 24.

<sup>88</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiro. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p. 75.

<sup>89</sup> LIMA, Gabriela Eulalio de. **A sociedade de consumo e o desenvolvimento sustentável construído a partir do consumo colaborativo**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 30.

<sup>90</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiro. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p.70.

<sup>91</sup> LIMA, Gabriela Eulalio de. **A sociedade de consumo e o desenvolvimento sustentável construído a partir do consumo colaborativo**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 32.

O crescimento da sociedade de consumo, organizado em um sistema capitalista, diante da instabilidade financeira tenta dar continuidade da sociedade de consumo de massa.<sup>92</sup>

E para essa manutenção do sistema de consumo em massa, o fornecedor diante das grandes inovações que surgem, como televisão, rádio e internet, o fornecedor intensifica suas forças na divulgação, publicidade de novos produtos e serviços para manter a relação de consumo em alta em muitas das vezes além do comum.

Nas palavras de Klausner:

O desenvolvimento tecnológico e a utilização de máquinas para o fabrico de bens deram ensejo à produção em massa, e essa produção em massa levou a uma nova visão capitalista e expansionista, fomentadora de um mercado de consumo para mercadorias produzidas industrialmente transformando as relações sociais, econômicas e jurídicas, inclusive entre fornecedores e consumidores privados.<sup>93</sup>

Com o aumento do consumo, a sociedade virou uma sociedade consumo, e os fornecedores passam a utilizar-se de novas fontes para divulgar seus produtos criando no consciente dos consumidores a necessidade adquirir aquele produto ou serviços. Tais práticas de publicidades são seguidas por grandes estudos utilizando-se da ciência com aplicação do neuromarkting.

Cavaco explica que: “Usando o conhecimento sobre as influências das emoções, o inconsciente, o funcionamento da consciência e o mapeamento cerebral, surge um novo segmento conhecimento como NEUROMARKETING, tento como subsídio a neurociência.”<sup>94</sup>

Com tais práticas, os consumidores passam alimentar uma vontade incontrolável por comprar produtos que nem necessitam, ou seja, produtos supérfluos, acentuando o crescimento do chamado consumismo.

Nessa linha, para conceituar o que seja consumismo Cavaco assim o faz: “O consumismo é o ato de adquirir produtos e serviços de maneira compulsiva, inconscientemente ou sem necessidade.”<sup>95</sup>

<sup>92</sup> NETO VERTORE, Hilário. **Obsolescência planejada:** o lançamento de tecnologias obsoletas e a lesão ao consumidor. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 85.

<sup>93</sup> KLAUSNER, Eduardo Antônio. **A globalização e a proteção do consumidor brasileiro.** *Revista de Direito do Consumidor*. v. 97/2015. p. 67 – 84. Jan. – Fev. 2015. p. 3.

<sup>94</sup> CAVACO, Nanci Azevedo. **Consumismo é coisa da sua cabeça:** o poder do neuromarketing. Rio de Janeiro. Ferreira. 2010. p. 19.

<sup>95</sup> CAVACO, Nanci Azevedo. **Consumismo é coisa da sua cabeça:** o poder do neuromarketing. Rio de Janeiro. Ferreira. 2010. p. 25.



Desse modo, pode-se dizer que o consumismo surge quando há a compra de produtos e serviços de forma desordenada por parte do consumidor, quando, por exemplo, compra um celular, sendo que já tem um celular e não precisaria de outro produto.

Ortigoza e Cortez explicam que:

O consumismo emergiu na Europa Ocidental no século XVIII, e vem se espalhando rapidamente para distintas regiões do planeta, assumindo formas diversas. O início do século XXI está sendo marcado por profundas inovações que afetam nossas experiências de consumo, como o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, a biotecnologia, o comércio por meio da internet, o debate ambientalista, a globalização etc. Ao mesmo tempo, novos tipos de protestos e reações ao consumismo emergem, exigindo uma nova postura do consumidor.<sup>96</sup>

O consumismo, como já exposto, é a compra inconsciente de produtos ou serviços que em várias oportunidades não se tem o completo discernimento, pois não irá acrescentar em nada na vida do consumidor, sendo apenas um êxtase do momento que sana momentaneamente uma vontade, porém causa em muitas vezes descontrole econômico, como dívidas.<sup>97</sup>

Bauman explica que:

(...) “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime” transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de autoidentificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais. O “consumismo” chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho.<sup>98</sup>

Diante disso, nota-se que o consumidor cercado por grandes mudanças, como a globalização, a informação chegando em questão de segundos, sente uma insatisfação e, muitas vezes, busca uma área de escape que acaba sendo as compras, o consumo.<sup>99</sup>

Na sociedade de consumo, para que o sistema funcione o consumidor passa a ser bombardeado, sendo-lhe oferecido produtos em praticamente todos os meios de comunicação,

<sup>96</sup> CORTEZ, ATC., and ORTIGOZA, SAG., orgs. *Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano* [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 146 p. ISBN 978-85-7983-007-5. Available from SciELO Books < <http://books.scielo.org> >. p. 4.

<sup>97</sup> NETO VERTORE, Hilário. **Obsolescência planejada: o lançamento de tecnologias obsoletas e a lesão ao consumidor**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 8.

<sup>98</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiro. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p. 41.

<sup>99</sup> MENDONÇA, Cláudia Maria Moreira Kloper. **A pós-modernidade e o consumismo no mundo globalizado**. 1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Sustentabilidade. I. Encontro Nacional do CONPEDI (25. : 2016 : Brasília, DF). p. 147.

forçando-o a acreditar que para manter seu status social é preciso adquirir aquele ou esse produto, caso não seja feito, seria taxado de estar fora dos padrões da moda.<sup>100</sup>

Consumir é algo que as pessoas estão fazendo todos os dias, seja para o consumo próprio, seja uma compra de rotina ou para um encontro com pessoas de seu convívio, ou seja, uma prática que se realiza todos os dias sem muito planejamento.<sup>101</sup>

O simples consumo não é uma preocupação, mas o cidadão deve preocupar-se com o consumo excessivo, ou seja, a compra de bens desnecessários resultados da falta de cuidados com as tempestades de publicidades que geram nos consumidores uma necessidade que não existe na realidade da vida.

Esse sistema tem causado o aumento compulsivo pelas compras, pois as pessoas abandonaram a lógica e agindo por impulso, comprando descontroladamente, ou seja, faz-se a opção pelo “ter” em detrimento do “ser”.

Assim, a forma mais rápida que existe para a satisfação do desejo de se adquirir algo, é através do consumo, porém, em uma sociedade em que os bens são abundantes, as pessoas se preocupam mais com o ter do que o próprio ser, focando em bens supérfluos que não vão acrescentar em nada na sua vida.<sup>102</sup>

No entanto o consumismo aposta na “venda” da crença de que felicidade atrela-se ao volume do que pode ser adquirido, ou seja, na intensidade dos desejos que estão sempre crescentes; situação está totalmente diferente da antiga sociedade que prezava a solidez, a segurança, ao mesmo tempo em que vislumbra-se um ambiente duradouro e confiável.<sup>103</sup>

Com o crescimento do consumismo os consumidores passaram de consumidores conscientes que adquirem um produto de forma responsável, para a prática do consumismo inconsciente e inconstante adquirindo produtos de forma impulsiva, irracional e inconsequente, gerando igualmente um excesso de problemas em suas vidas.<sup>104</sup>

Nos tempos atuais, milhares de pessoas com esse perfil tornaram-se depressivas. Acrescente-se a isso o altíssimo índice de resíduos por elas acumulados, cujos depósitos são

---

<sup>100</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiro. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p. 74.

<sup>101</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiro. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p. 37.

<sup>102</sup> SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**. São Paulo. Globo. 2014. p. 12.

<sup>103</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiro. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p. 42 – 44.

<sup>104</sup> CAVACO, Nanci Azevedo. **Consumismo é coisa da sua cabeça: o poder do neuromarketing**. Rio de Janeiro. Ferreira. 2010. p. 25.

em número além do que o planeta pode suportar, causando danos que no futuro tirarão o sossego da população.<sup>105</sup>

Enquanto a sociedade alicerçada no “ser” prioriza as pessoas, a embasada no “ter” tem como prioridade coisas que podem ser compradas por valores determinados pelo mercado e igualmente descartadas.<sup>106</sup>

Dessa forma, o mercado visando auferir lucros desmedidos, sem se preocupar aproveitando-se das novas ferramentas trazidas com a globalização e as novas tecnologias, usa de artifícios cada vez mais fortes para seduzir o seu público alvo, para que consiga aumentar ainda mais o consumo.<sup>107</sup>

Pode-se dizer que o mercado antes anunciava por meio do jornal que era o grande divulgador dos anos atrás, mas, com o advento das novas tecnologia, televisão e internet, o consumismo teve uma onda crescente, pois a forma de anunciar ficou muito mais eficaz. Com essas novas ferramentas ficou mais fácil infiltrar nos comerciais, conceitos e novos hábitos, novo visual para que o consumidor veja na necessidade de se inserir-se na nova moda, tornando-se um consumista em potencial, pelo simples fato de, na maioria das vezes, não necessitar daquele tipo de produto ou serviço oferecido, mas que o faz para se sentir feliz.<sup>108</sup>

O aumento do consumismo pode ser explicado com uma frase de Bauman: “Numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação (ou seja, ver e tratar o consumo como vocação).”<sup>109</sup>

Destarte que com o crescimento da produção em massa, uma nova sociedade em curso, reflexo da globalização e das mudanças tecnológicas que têm surgido de um dia para o outro, necessário se faz a criação de uma legislação que venha proteger o consumidor, pois o mesmo se encontra em uma situação de puro domínio pelo fornecedor, detentor do poder econômico e das técnicas de informação de seus produtos e serviços.

Diante de tal premissa, surge uma preocupação com essa proteção do vulnerável, do consumidor, sujeito essencial, para o correto desenvolvimento econômico, proteção essa que nasce com legislação específica que será tratada no tópico seguinte.

---

<sup>105</sup> SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras.** São Paulo. Globo. 2014. p. 18.

<sup>106</sup> SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras.** São Paulo. Globo. 2014. p. 18.

<sup>107</sup> CAVACO, Nanci Azevedo. **Consumismo é coisa da sua cabeça: o poder do neuromarketing.** Rio de Janeiro. Ferreira. 2010. p. 24.

<sup>108</sup> CAVACO, Nanci Azevedo. **Consumismo é coisa da sua cabeça: o poder do neuromarketing.** Rio de Janeiro. Ferreira. 2010. p. 25 – 25.

<sup>109</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p. 73.

## 2. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO BRASIL

Como pode-se ver o capítulo anterior abordou a evolução da sociedade de consumo, embalada pela globalização e expansão da internet chegando até a atual sociedade que tem sofrido com o consumismo.

No segundo capítulo busca analisar a evolução da proteção do consumidor no mundo, e no Brasil, demonstrando com as legislações e doutrinas, os grandes marcos dessa proteção.

Após analisar essa evolução, passará a desenvolver um estudo sobre o Código de Defesa brasileiro, conceituando os sujeitos da relação de consumo, consumidor e fornecedor, os princípios aplicados na proteção do consumidor como boa-fé, vulnerabilidade, informação, segurança e outros.

Serão retomados os direitos básicos previstos na legislação vigente como educação, saúde, vida, reparação de danos, inversão do ônus da prova, informação adequada entre outros.

### 2.1. A CONSTRUÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Com a Revolução Industrial, e posteriormente o fenômeno da globalização mudou-se também a forma de produção que trouxe alterações significativas na sociedade atual. Passando status de produção familiar certos produtos no fundo de suas casas para um campo infinito de produção em larga escala; deixa a parte artesanal e nasce a fabricação industrial - em série - alterando totalmente a nova sociedade que passa de liberal para social. Dessa maneira, Cavalieri Filho expressa o seguinte:

Sabemos todos que a revolução industrial aumentou quase ao infinito a capacidade produtiva do ser humano. Se antes a produção era manual, artesanal, mecânica, circunscrita ao núcleo familiar ou a um pequeno número de pessoas, a partir dessa revolução a produção passou a ser em massa, em grande quantidade, até para fazer frente ao aumento da demanda decorrente da explosão demográfica.<sup>110</sup>

Diante dessa grande transformação na forma de produção em massa, Benjamin disserta acerca:

O Direito do Consumidor é, pois, a disciplina jurídica da "vida cotidiana" do habitante da sociedade de consumo. Seu surgimento, com alterações profundas no Direito tradicional, decorre diretamente da revolução industrial (com produção, comercialização, consumo, crédito e comunicação em massa), já que esta mudou,

<sup>110</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 02.

por inteiro, o dia-a-dia dos homens - agora chamados consumidores. A afirmação da atualidade do Direito do Consumidor não implica dizer que antes de sua formulação não existissem consumidores ou que estavam eles absolutamente desamparados.<sup>111</sup>

Novos meios de contratos surgem para se adequarem à nova realidade, à nova expansão da tecnologia. Assim os contratos começam a ter que ser algo prático para maior agilidade e manuseio para não perder nenhum tempo.<sup>112</sup> Com o novo tipo de produção surge também uma nova forma de contratação, exigindo-se ferramentas jurídicas para regularizar os novos meios de contratos como coletivos, adesão e outros onde há cláusulas que são colocadas de forma unilateral por uma das partes, ou melhor o fornecedor.<sup>113</sup>

Com a sociedade tornando-se cada vez mais capitalista e consumerista, onde a vontade do consumidor passou a ser de forma imediata, onde se compra um produto ou serviço e mesmo deve ser feito de forma de fácil consumo, situação trazida pelas grandes mudanças que tiveram como ponto de partida a mídia e os meios de comunicação, podendo dizer que o produto ou o serviço que tem valor hoje amanhã pode ser que não vale nada.<sup>114</sup>

Com aumento do consumo no mundo, gerado pela produção em massa quem sofreu com tal situação foi o consumidor, com descuidos da qualidade, cláusulas abusivas e outros fatores deixaram-no mais vulneráveis na relação.<sup>115</sup>

Com as grandes mudanças no sistema econômico pós-guerra mundial, com o aumento de produção, o qual elevou os padrões de vida, surge também o direito do consumidor que diante destas alterações precisa de amparo legal, para regradar comportamentos como uma tutela específica no sistema consumerista.<sup>116</sup>

O mundo passou por mudanças na economia, onde foi estabelecida as produções e consumo em massa, criando um mercado onde quem dominava era o fornecedor, nascendo a figura do consumidor vulnerável diante dos abusos na relação de consumo.<sup>117</sup>

Ortigoza e Cortez explicam que:

<sup>111</sup> BEJAMIN, Antônio Herman. **O direito do consumidor**. Revistas dos Tribunais. v, 670/1991. p. 49 – 61. Ago. 1991. p. 1.

<sup>112</sup> CHIAVENATO, Júlio José. **Ética globalizada & Sociedade de consumo**. 2ª ed. São Paulo. Moderna. 2004. p. 7.

<sup>113</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p.03.

<sup>114</sup> VENOSA, Silvio de Salvo. **Direito civil: teoria geral das obrigações e teoria geral dos contratos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004. v. 2. p. 380.

<sup>115</sup> ADDARIO, Marilsen Andrade. **Conceituação de consumidor: destinatário final ou uso não profissional?** Revista de Direito do Consumidor. v. 75/2010. P. 166 – 213. Jul – Set. 2010. p. 10.

<sup>116</sup> BEJAMIN, Antônio Herman. **O direito do consumidor**. Revistas dos Tribunais. v, 670/1991. p. 49 – 61. Ago. 1991. p. 7.

<sup>117</sup> SANTANA, Héctor Valverde. **Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações**. Revista de Direito do Consumidor. V. 98/2005. p. 135 – 151. Mar – Abr. 2015. p. 3.

O *consumerismo* é um movimento social organizado, próprio da sociedade de consumo, que surge como reação à situação de desigualdade entre produtores e consumidores. Esse movimento deu origem ao Direito do Consumidor, uma disciplina jurídica que visa estudar as relações de consumo, corrigindo as desigualdades existentes entre fornecedores e consumidores, tais como imperfeições do mercado e sua incapacidade de solucionar, de maneira adequada, uma série de situações como práticas abusivas, acidentes de consumo, injustiças nos contratos de adesão, publicidade e informação enganosa, degradação ambiental, exploração de mão de obra e outros.<sup>118</sup>

Nessa esteira, começou a ser discutido em âmbito mundial, a questão de proteger os consumidores. No mundo, a proteção do consumidor é fato antigo, já era prevista no Código de Hamurabi, onde era feito o controle de mercado, evitando lucros fora do comum ou em excesso; os chamados vícios redibitórios e as disparidades contratuais.<sup>119</sup>

No direito romano foi incluída a responsabilidade ao vendedor de coisas com vício, mesmo que não soubesse do vício. Na França em 1481, o vendedor que colocasse à disposição dos compradores manteiga com pedra dentro para dar mais peso ou que acrescentasse água ao leite para aumentar a quantidade, era punido com banho escaldante.<sup>120</sup>

A doutrina descreve um grande marco para o surgimento da proteção dos direitos dos consumidores, que tem seu nascedouro com um brilhante discurso realizado pelo presidente dos Estados Unidos da América John Fitzgerald Kennedy em 1962, onde o mesmo citou quatro direitos essenciais na proteção dos consumidores: segurança, informação, escolha e o direito de ser ouvido.<sup>121</sup>

Outros movimentos similares, surgiram no fim do século XIX para o XX, tendo como principais países França, Alemanha, Inglaterra e Estados Unidos, onde o crescimento industrial encontrava-se em desenvolvimento.<sup>122</sup>

Nos Estados Unidos, em 1972, criava-se a Lei Sherman Anti Trust a qual tinha como finalidade proibir as práticas desleais, como o conhecido monopólio, e também evitar fraudes no comércio.<sup>123</sup>

<sup>118</sup> CORTEZ, ATC., and ORTIGOZA, SAG., orgs. *Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano* [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 146 p. ISBN 978-85-7983-007-5. Available from SciELO Books < <http://books.scielo.org> >. p. 7.

<sup>119</sup> MARIMPIETRI, Flávia **O histórico da Defesa do Consumidor no Brasil e na Argentina**. In. Revista de Direito UNIFACS. N. 171. set. 2014. p. 4.

<sup>120</sup> MARIMPIETRI, Flávia. **O histórico da Defesa do Consumidor no Brasil e na Argentina**. In. Revista de Direito UNIFACS. N. 171. set. 2014. p. 4.

<sup>121</sup> ADDARIO, Marilsen Andrade. **Conceituação de consumidor: destinatário final ou uso não profissional?** Revista de Direito do Consumidor. v. 75/2010. P. 166 – 213. Jul – Set. 2010. p. 4.

<sup>122</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 04.

<sup>123</sup> GUGLINSKI, Vitor. *Síntese Histórica do Direito do Consumidor nos EUA, Europa e Brasil*. Universo Jurídico, Juiz de Fora, ano XI, 09 de ago. de 2007. Disponível em: < [http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/4093/sintese\\_historica\\_do\\_direito\\_do\\_consumidor\\_nos\\_eua\\_europa\\_e\\_brasil](http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/4093/sintese_historica_do_direito_do_consumidor_nos_eua_europa_e_brasil) >. Acesso em: 22 de mar. de 2017.

Lucca comenta que surgiram: “Numerosos textos legais, a partir da década de 60, nos EUA, Consumer Credit Protection Act, Uniform Consumer Credit Code, Uniform Consumer Sales Act, Federal Trade Commission Act, Fair Credit, Reporting Act e Fair Debt Collection Act.”<sup>124</sup>

Foi nos Estados Unidos que ocorreu uma das primeiras grandes disputas processuais na relação consumo, sendo o caso onde atuou o advogado Ralph Nader que ganhou uma ação milionária contra a poderosa Ford e ainda instituiu o que é hoje conhecido Recall.<sup>125</sup>

Foi criado nos Estados Unidos: “Associações privadas atuantes garantem, no âmbito particular, a eficiência do sistema defensivo dos consumidores, em cada Estado”<sup>126</sup>

Em 1916 nos Estados Unidos foi estabelecida uma grande vitória para os consumidores através da jurisprudência que fixou o (duty of care) do vendedor, ou seja a inversão do ônus da prova do produtor nos processos de responsabilização civil.<sup>127</sup>

A proteção do consumidor ganhou força também em países como a França na criação das Leis 22/12/1972 onde se tratava sobre o direito de arrependimento que é utilizado até hoje. Lei 27/12/1973, a conhecida Lei Royer dispunha sobre a publicidade enganosa.<sup>128</sup>

Na América, o México criou em 1976 a Lei de Proteção do Consumidor. Na Argentina uma legislação consumerista foi criada em 1993 com a Lei de Defesa do Consumidor nº 24.240. O Paraguai criou uma Lei em 1998 que a de nº 1.334/98 De Defensa del Consumidor y del Usuário e o Uruguai com a Lei nº 17.250/1.999, Defensa Del Consumidor.<sup>129</sup>

Mas foi em 1985, em reunião na Assembléia Geral da Organização das Nações Unidas, que surgiu o marco principal para o tema. A discussão gerou a Resolução 39/248 de 16 de abril de 1985.<sup>130</sup>

<sup>124</sup> LUCCA, Newton de. **Direito do Consumidor**: aspectos práticos perguntas e respostas. São Paulo. Revistas dos Tribunais. 1995. p. 19.

<sup>125</sup> GUGLINSKI, Vitor. *Síntese Histórica do Direito do Consumidor nos EUA, Europa e Brasil*. Universo Jurídico, Juiz de Fora, ano XI, 09 de ago. de 2007. Disponível em: < [http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/4093/sintese\\_historica\\_do\\_direito\\_do\\_consumidor\\_nos\\_eua\\_europa\\_e\\_brasil](http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/4093/sintese_historica_do_direito_do_consumidor_nos_eua_europa_e_brasil) >. Acesso em: 22 de mar. de 2017.

<sup>126</sup> BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do consumidor**: código de defesa do consumidor. Rio de Janeiro. Forense Universitária. 1990. p. 12.

<sup>127</sup> BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do consumidor**: código de defesa do consumidor. Rio de Janeiro. Forense Universitária. 1990. p. 12.

<sup>128</sup> ALCARÁ, Marcos. **A evolução do direito do consumidor**. Disponível em: < [http://www.fmd.pucminas.br/Publicacoes/Publicacoes\\_Discente/DA%20EVOLU%C7%C3O%20HIST%D3RICA%20DO%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR.htm](http://www.fmd.pucminas.br/Publicacoes/Publicacoes_Discente/DA%20EVOLU%C7%C3O%20HIST%D3RICA%20DO%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR.htm) > Acesso em: 22 mar. 2017.

<sup>129</sup> ALCARÁ, Marcos. **A evolução do direito do consumidor**. Disponível em: < [http://www.fmd.pucminas.br/Publicacoes/Publicacoes\\_Discente/DA%20EVOLU%C7%C3O%20HIST%D3RICA%20DO%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR.htm](http://www.fmd.pucminas.br/Publicacoes/Publicacoes_Discente/DA%20EVOLU%C7%C3O%20HIST%D3RICA%20DO%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR.htm) > Acesso em: 22 mar. 2017.

<sup>130</sup> SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Cláusulas abusivas no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2004. p. 25.

Essa resolução foi um marco para a instituição da proteção dos consumidores no mundo, e principalmente do Brasil. Tratava da proteção dos consumidores em caso de abusos nas cláusulas contratuais nas relações de consumo, trazendo assim, expresso em seu art. 19, que os consumidores seriam protegidos dos abusos contratuais, como nos contratos padrões feitos de formas unilaterais onde acabam se esquecendo dos direitos essenciais e colocado condições negligentes de créditos pelos fornecedores.<sup>131</sup>

No mesmo sentido a ONU - Organização das Nações Unidas - estabeleceu que a proteção do consumidor é um direito humano que visa a proteção do direito do mais fraco frente aos profissionais, empresários e empresas que possuem as técnicas e o poder dentro do mercado econômico.<sup>132</sup>

Grande ponto importante no surgimento da proteção do consumidor foi a chamada quebra com o paradigma do direito civil clássico baseado em princípios clássico romanos, visando a proteção do individualismo.

Com essa mudança o legislador criou uma lei que estabeleceu alterações nesse aspecto individualista, passando a se ter como norte a socialidade, ou a aplicação de princípios que tinham como foco a proteção da sociedade. Assim, incluiu nas legislações como Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor e mais adiante Código Civil, os cuidados com os princípios da função social e solidariedade.<sup>133</sup>

Marques, Bessa e Benjamin discorrem que: “(...) o princípio da proteção do consumidor é uma forma de relativização dos antigos dogmas do direito civil e comercial.”<sup>134</sup>

Bittar destaca algumas legislações que acabaram por proteger o consumidor no Brasil antes mesmo do Código de Defesa do Consumidor:

(...) limitação de juros em contratos (Decreto nº 22.626, de 7.4.1933); definição de crimes contra a economia popular, sua guarda e emprego (Dec.-Lei nº 869, de 18.11.1938); (...) área que se criou órgão próprio para o julgamento de questões, a nível administrativo, o CADE); intervenção no domínio econômico para assegurar a livre distribuição de produtos necessários ao consumo do povo (Lei Delegada nº 4, 26.9.1962) (...) vendas a prestação com a obrigatoriedade de declaração do preço total (Lei nC 6.463, de 9.11.1977).<sup>135</sup>

<sup>131</sup> SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Cláusulas abusivas no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2004. p. 25.

<sup>132</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 38.

<sup>133</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 28.

<sup>134</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 50.

<sup>135</sup> BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do consumidor: código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro. Forense Universitária. 1990. p. 15-16.



Dessa maneira o legislador viu que era preciso criar um novo meio para proteger o consumidor, e trazer uma maior regularidade no âmbito dessas relações em massa. Diante disso surgiu o Código de Defesa do Consumidor, que buscou atender o disposto na Constituição Federal de 1988.<sup>136</sup>

Conforme o entendimento de Marques, a crise que surgiu com a massificação dos contratos só teve uma solução com a criação da nova Constituição Federal de 1988 e com o Código de Defesa do Consumidor em 1990.<sup>137</sup>

Foi na Constituição Federal de 1988 que se iniciou a proteção do consumidor, com previsão em seu art, 5º, inc. XXXII, que dispõe da seguinte maneira: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. Já veio inserido na nova Constituição essa proteção, mas foi no art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias que veio a maior conquista, o referido artigo previa que o Congresso Nacional deveria elaborar no prazo de cento e vinte dias um Código de Defesa do Consumidor, com regramentos, direitos e proteções para o consumidor<sup>138</sup>.

Diante desses fatos, nasceu, com a Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990 o Código de Defesa do Consumidor, elaborado pela comissão composta por Ada Pellegrini Grinover (coordenadora), Daniel Roberto Fink, José Geraldo Brito Filomeno, Kazuo Watanabe e Zelmo Denari. Também houve uma intensa colaboração de Antonio Herman de Vasconcellos Benjamin, Eliana Cáceres, Marcelo Gomes Sodré, Mariângela Sarrubo, Nelson Nery Jr. e Régis Rodrigues Bonvicino<sup>139</sup> uma norma na qual visa a proteção do consumidor, proporcionando um controle nas relações em massa, evitando os abusos que estavam acontecendo desreguladamente.

Um Código baseado nas legislações da Itália, Bélgica, Estados Unidos, Alemanha e México, no Código Francês que influenciou os autores do Código de Defesa do Consumidor, para a construção de uma lei que pudesse atender as prerrogativas dos consumidores e a sociedade brasileira.<sup>140</sup>

Considera-se então a defesa do consumidor como um direito fundamental protegido pela Carta Magna de 1988.

<sup>136</sup> GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil 1**: esquematizado. São Paulo: Saraiva, 2011. v. 1. p.688.

<sup>137</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006. p. 166.

<sup>138</sup> BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

<sup>139</sup> TARTUCE, Flávio. NEVES, Daniel Amorin Assumpção. **Manual de direito do consumidor**. 3. Ed. Rio de Janeiro. Forense. São Paulo. Método. 2014. p. 23.

<sup>140</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. **Código de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 2.

Bejamin discorre que:

No Brasil, a codificação deu contornos mais nítidos ao Direito do Consumidor fortalecendo sua autonomia. Se em outros países o Direito do Consumidor é considerado um espírito a procura de uma casa, no caso brasileiro tem ele morada principal estabelecida: o Código de Defesa do Consumidor.<sup>141</sup>

A criação do Código de Defesa do Consumidor, pode-se ver a busca da aplicação do princípio da isonomia previsto na Constituição Federal que tem como premissa tratar os iguais como igualdade e os desiguais com desigualdade. Visto que o consumidor não estava na mesma altura na balança da relação de consumo, cria-se um Código para igualar essa relação.<sup>142</sup>

Com o novo ordenamento o consumidor passa a estar protegido de qualquer tipo de abuso de direito, evitando que o monopólio exercido pelo fornecedor a legislação busca reequilibrar a relação de consumo, garantindo direitos ao consumidor e impondo deveres, obrigações aos fornecedores, que deverão segui-lo à risca sob pena de serem penalizados.

## 2.2 DOS SUJEITOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

O fornecedor é um dos sujeitos da relação de consumo definido no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, como sendo toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira e ainda entes despersonalizados que atuem na atividade produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos e serviço.<sup>143</sup>

No mesmo diapasão, do conceito doutrinário, Filomeno conceitua fornecedor como aquele que, com a finalidade de atividade mercantil ou civil, coloca no mercado de forma habitual produtos ou serviços, podendo ser pessoa física ou jurídica.<sup>144</sup>

Nem sempre a pessoa jurídica será fornecedora. Marques, Bessa e Benjamin trazem um caso onde demonstra tal fato:

<sup>141</sup> BEJAMIN, Antônio Herman. **O direito do consumidor**. Revistas dos Tribunais. v, 670/1991. p. 49 – 61. Ago. 1991. p. 9.

<sup>142</sup> REIS, Iuri Ribeiro Novais de. **O princípio da vulnerabilidade como núcleo central do código de defesa do consumidor**. Revista dos Tribunais. v. 956/2015. p. 89 – 114. Jun. 2015. p. 2.

<sup>143</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

<sup>144</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Capítulo I: disposições gerais**. In: GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. **Código de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 21-51. p. 39.

(...) por exemplo, um carro que usou por anos, para um particular. A primeira resposta da jurisprudência do STJ, em caso de pequena agência de viagem que vendeu seu carro para um “consumidor”, foi negativa: “As normas do Código de Defesa do Consumidor não se aplicam às relações de compra e venda de objetos totalmente diferente daquele que não se reveste de natureza do comércio exercido pelo vendedor.”<sup>145</sup>

Como pode-se ver o conceito de fornecedor é bem amplo, para evitar dar margem para alguma brecha aos que pretendam escapar da aplicação do Código de Defesa do Consumidor. O legislador buscou enquadrar como fornecedor até mesmo aquele que não possui personalidade jurídica, os chamados entes despersonalizados.<sup>146</sup>

Então, para caracterizar-se como fornecedor é necessário que seja desenvolvida atividade de forma habitual, devendo o produto ou serviço ser fornecido de maneira profissional ou comercial.<sup>147</sup>

Almeida pondera:

(...) 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 profissão ou atividade principal.<sup>148</sup>

Nessa linha, o fornecedor é tanto aquele que vende os bens ao consumidor como aquele que vende para intermediário ou o comerciante, devendo ser responsabilizado o que produz o produto e o coloca no mercado de consumo.<sup>149</sup>

Pode-se considerar ainda o Poder público como fornecedor, quando o mesmo presta serviços de fornecimento de água, ou seja, quando existe a cobrança de um valor pelos serviços disponibilizado, também será considerado fornecedor.<sup>150</sup>

De acordo com o artigo 22 do Código de Defesa do Consumidor, os órgãos públicos, suas empresas permissionárias e concessionárias, deverão fornecer serviços adequados,

---

<sup>145</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 124.

<sup>146</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 73.

<sup>147</sup> PEIXOTO, Ulisses Vieira Moreira. **Código de defesa do consumidor comentado**. Campo Grande. Contemplar. 2012. p. 32.

<sup>148</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2006.p. 41.

<sup>149</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2006.p. 41.

<sup>150</sup> PEIXOTO, Ulisses Vieira Moreira. **Código de defesa do consumidor comentado**. Campo Grande. Contemplar. 2012. p. 32.

eficientes, seguros; e quanto aos essências, contínuo, sob pena de serem compelidas a fazer, devendo ainda serem responsabilizadas por danos que causarem aos consumidores.<sup>151</sup>

Na conceituação feita pelo Código de Defesa do Consumidor fala-se ainda em entes despersonalizados, que são aqueles não dotados de personalidade jurídica, sociedade civil; e um exemplo clássico seria a massa falida que, mesmo que a pessoa jurídica tenha falido ainda existirão no mercado de consumo seus produtos os quais estarão protegidos pelo Código de Defesa do Consumidor.<sup>152</sup>

Um exemplo seria uma empresa de refrigeradores que não poderá retirar as garantias de seus aparelhos por ter “quebrado a empresa”, tais garantias deverão ser mantidas.

Esse é o entendimento da jurisprudência nos casos de entes despersonalizados no caso de sociedade civil. No Resp 519.310/SP, por exemplo, ficou decidido que a Sociedade civil sem fins lucrativos e que presta serviços médicos sofre a aplicação das normas do Código de Defesa do Consumidor, sendo irrelevantes sua natureza jurídica ou mesmo que não tenha fins lucrativos.<sup>153</sup>

O artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, trata, também, como fornecedor a pessoa física que é, segundo Nery e Nery Junior, “Pessoa natural é sinônimo de pessoa física, ser humano, ou “pessoa singular”. É termo utilizado para distinguir o homem de outros titulares de direito que o são por processo artificial de ficção jurídica.”<sup>154</sup>

É comum falar em pessoa física como fornecedor quando se trata do profissional liberal como prestador de serviço que pode ser (médico, advogados etc). Nesse caso a responsabilidade do profissional liberal não será a objetiva, mas por culpa, devendo ser provado os fatos para qualquer responsabilização.<sup>155</sup>

Outro caso comum de a pessoa física ser enquadrada como fornecedora é: “(...) uma estudante que, para pagar seus estudos, compra e depois revende lingerie entre seus colegas exerce atividade que a põe como fornecedora para o CDC.”<sup>156</sup>

<sup>151</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

<sup>152</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 111.

<sup>153</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 74.

<sup>154</sup> NERY JUNIOR, Nelson. NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código Civil Comentado**. 10. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2013. p. 243.

<sup>155</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 112.

<sup>156</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 109.

O Código de Defesa do Consumidor também se aplica às instituições financeiras, elevando as mesmas ao patamar de fornecedoras, de acordo com o que prevê a Súmula 297 do STJ.<sup>157</sup>

Importante citar o entendimento do STJ - Superior Tribunal de Justiça - sobre a não incidência do Código de Defesa do Consumidor nas relações entre estudante e programa de financiamento estudantil, pois tal serviço não se configura como bancário e sim política de fomento à educação.<sup>158</sup>

Leonardo Roscoe Bessa em seu artigo “Fornecedores Equiparado” trata de uma hipótese do fornecedor equiparado, enquadrando os bancos de dados de proteção ao crédito (SPC, SERASA e CCF), pois tais atividades não eram reguladas surgindo com o Código de Defesa do Consumidor. Outro exemplo trazido são as atividades publicitárias.<sup>159</sup>

Essa visão não é aplicada ainda, porém Claudia de Lima Marques já se expressa de forma que tal seguimento poderá ser apreciado no futuro<sup>160</sup>.

Nessa linha, conceituou-se o fornecedor um dos sujeitos da relação de consumo, necessitando agora conceituar o consumidor, o qual o Código de Defesa do Consumidor foi criada para proteger.

Como já descrito, com o crescimento da tecnologia surgiu uma nova sociedade, a chamada “sociedade de consumo”, onde houve um desenvolvimento no processo de venda, massificando as relações de consumo, sendo criado os contratos padronizados. Diante dessa situação o consumidor, principal sujeito da relação necessitou de proteção diante de sua vulnerabilidade.<sup>161</sup>

Com essa nova realidade o Código de Defesa do Consumidor foi criado com a finalidade de proteção do principal sujeito da relação de consumo, ou seja, o consumidor que foi definido no artigo 2º como sendo toda a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza um produto ou serviço como destinatário final.<sup>162</sup>

<sup>157</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula 297 STJ**. Disponível em: < <https://www.legjur.com/sumula/busca?tri=stj&num=297> > Acesso em: 01 maio. 2017.

<sup>158</sup> BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor**: à luz da jurisprudência do STJ. 7. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm, 2012. p. 101.

<sup>159</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. **Fornecedor equiparado**. Revista de Direito do Consumidor. v. 1. p. 126 – 141. Jan – Mar. 2007. p. 9-10.

<sup>160</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 124.

<sup>161</sup> ADDARIO, Marilsen Andrade. **Conceituação de consumidor: destinatário final ou uso não profissional?** Revista de Direito do Consumidor. v. 75/2010. P. 166 – 213. Jul – Set. 2010. p. 3.

<sup>162</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

Nas palavras de Bessa: “O consumidor está, sob diversos enfoques, em visível situação de fragilidade – vulnerabilidade – no mercado de consumo, não apenas em relação a interesses patrimoniais, mas também em seus interesses existenciais (projeção da dignidade humana (...)).”<sup>163</sup>

Analisando o Código, pode-se retirar 4 tipos conceitos de consumidores, sendo o conceito padrão elencado no artigo 2º; a coletividade de pessoas previsto no parágrafo único do artigo 2º; as vítimas de acidente de consumo, no artigo 17 do Código; e todos aqueles expostos às práticas comerciais, artigo 29.<sup>164</sup>

Marques, Bessa e Benjamin ampliam essa conceituação do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, ao definir:

O consumidor é uma definição também ampla em seu alcance material. No CDC, o consumidor não é uma definição meramente contratual (o adquirente), mas visa também proteger as vítima dos atos ilícitos, pré-contratuais, como a publicidade enganosa, e das práticas comerciais abusivas, sejam ou não compradoras, sejam ou não destinatárias finais.<sup>165</sup>

Addario pronuncia-se: “Eis a tarefa da nova ordem jurídica: proceder à harmonização desses interesses econômicos a fim de amparar situações de flagrante desequilíbrio, marcadas pela moderna visão de produção e consumo de massa.”<sup>166</sup>

Com o início da vigência do Código de Defesa do Consumidor surgiram algumas divergências sobre o consumidor como destinatário final, sendo criada duas correntes teóricas a quais sejam finalista e a maximalista.

A corrente finalista adota a visão de que é necessário a destinação fático e econômico do bem ou serviço.<sup>167</sup> Para Marques, Bessa e Benjamin: (...) a definição de consumidor é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores. Esta tutela só existe

<sup>163</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. **Fornecedor equiparado**. Revista de Direito do Consumidor. v. 1. p. 126 – 141. Jan – Mar. 2007. p. 3.

<sup>164</sup> ZAPATER, Tiago Cardoso. **A interpretação constitucional do código de defesa do consumidor e a pessoa jurídica como consumidor – monografia com menção honrosa**. Revista de Direito do Consumidor. v. 40/2001. p. 170 – 198. Out – Dez. 2001. p. 2.

<sup>165</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 102.

<sup>166</sup> ADDARIO, Marilsen Andrade. **Conceituação de consumidor: destinatário final ou uso não profissional?** Revista de Direito do Consumidor. v. 75/2010. p. 166 – 213. Jul – Set. 2010. p. 3.

<sup>167</sup> TARTUCE, Flávio. NEVES, Daniel Amorin Assumpção. **Manual de direito do consumidor**. 3. Ed. Rio de Janeiro. Forense. São Paulo. Método. 2014. p. 74.

porque o consumidor é a parte vulnerável nas relações contratuais no mercado, como afirma o próprio CDC no art. 4º, inciso I.”<sup>168</sup>

Para os finalistas não basta ser o destinatário final, o consumidor precisa ter feito o seu consumo final, não podendo o consumidor adquirir tal produto para criar outro ou revender.<sup>169</sup>

Esse é o entendimento de Marques que assim descreve:

Destinatário final é aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação teleológica, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, leva-lo para o escritório ou residência: é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu.<sup>170</sup>

A teoria finalista foca no destinatário final, ou seja, a pessoa que coloca fim no processo de comercialização do produto ou serviço; porém é necessário a ligação com a vulnerabilidade para que se possa ser considerado consumidor, dessa forma, o tratamento para diferenciar o consumidor foca-se no caso da sua vulnerabilidade, pois, se compra um software e o mesmo é um expert em TI o mesmo não seria vulnerável.<sup>171</sup>

Já a teoria maximalista, ou objetiva, entende que o Código de Defesa do Consumidor veio para proteger o ato de consumo, tendo como foco todos, não elevando o consumidor vulnerável, para eles basta que seja configurado o consumo onde o consumidor retira do mercado o produto extinguindo a cadeia produtiva.<sup>172</sup>

Nas palavras de Peixoto destinatário final: “É o consumidor final, ou seja, é a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço com a finalidade não econômica, como, por exemplo, a satisfação de uma necessidade própria.”<sup>173</sup>

Benjamin discorre quem: “O Direito do Consumidor regra o mercado porque protege o consumidor. É na perspectiva deste que ele se impõe, como sistema de ordem pública, aos

<sup>168</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 103.

<sup>169</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 103.

<sup>170</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006. p. 304.

<sup>171</sup> ADDARIO, Marilsen Andrade. **Conceituação de consumidor: destinatário final ou uso não profissional?** Revista de Direito do Consumidor. v. 75/2010. P. 166 – 213. Jul – Set. 2010. p. 20.

<sup>172</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 60.

<sup>173</sup> PEIXOTO, Ulisses Vieira Moreira. **Código de defesa do consumidor comentado**. Campo Grande. Contemplar. 2012. p. 24.

fornecedores. E não vice-versa, já que a proteção pura e simples do mercado nem sempre significa tutela efetiva do consumidor.”<sup>174</sup>

Existe ainda, a teoria do finalismo aprofundado que foi recentemente criada pelo ordenamento jurídico com a finalidade de definir o uso do Código de Defesa do Consumidor de acordo com os casos concretos.<sup>175</sup>

Nas palavras de Marques, Bessa e Benjamin: “É um interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada. Em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumos para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com uma utilização mista (...) provada a vulnerabilidade (...).”<sup>176</sup>

No REsp 1195642 RJ 2010/0094391-6 julgado pela Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça, tendo como Relatora a Ministra Nancy Andrighi, decidiu que em alguns casos tem acolhido a teoria do finalismo aprofundado, situação que fica demonstrado que a pessoa jurídica em algum momento apresenta uma vulnerabilidade frente ao fornecedor.<sup>177</sup>

Nessa nova adoção da teoria do finalismo aprofundado uma vulnerabilidade que vem sendo acolhida é a informacional, que coloca a pessoa jurídica consumidora em desigualdade com a pessoa jurídica fornecedora. Dessa forma a empresa de telefonia no recurso acima foi condenada a pagar indenização por danos morais a concessionária, por apresentar falhas nas linhas telefônicas prejudicando a publicidade da concessionária.<sup>178</sup>

Nessa linha, tem-se como exemplo o hotel que compra gás, não é sua especialidade os sistemas de gás, assim, não está dentro de sua expertise, sendo assim, parte vulnerável diante de tal situação.

Dessa maneira, a teoria adotada pela legislação consumerista brasileira foi a finalista, a qual se aplica no artigo 2º, do Código de Defesa do Consumidor, focando na pessoa do consumidor como a parte vulnerável da relação de consumo.

A conceituação do artigo 2º, do Código de Defesa do Consumidor, dispõe que o consumidor poderá ser pessoa física, que é, segundo Farias e Rosenvald “(...) gente, é o ser

<sup>174</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. **O direito do consumidor**. Revistas dos Tribunais. v. 670/1991. p. 49 – 61. Ago. 1991. p. 3.

<sup>175</sup> REIS, Iuri Ribeiro Novais de. **O princípio da vulnerabilidade como núcleo central do código de defesa do consumidor**. Revista dos Tribunais. v. 956/2015. p. 89 – 114. Jun. 2015. p. 15.

<sup>176</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 107-108.

<sup>177</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Acórdão. **Recurso Especial nº 1195642/RJ**. 3ª Turma. Relatora Min. Nancy Andrighi. 13 nov. 2012. Disponível em: < <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22829799/recurso-especial-resp-1195642-rj-2010-0094391-6-stj>> Acesso em: 01 abr. 2017.

<sup>178</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Acórdão. **Recurso Especial nº 1195642/RJ**. 3ª Turma. Relatora Min. Nancy Andrighi. 13 nov. 2012. Disponível em: < <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22829799/recurso-especial-resp-1195642-rj-2010-0094391-6-stj>> Acesso em: 01 abr. 2017.



humano com vida, aquele ente dotado de estrutura psicológica, pertencente à natureza humana. Daí a denominação abraçada pelo texto positivado: pessoa natural, isto é, aquele que pode assumir obrigações e titularizar direitos.”<sup>179</sup>

O mesmo artigo cita as pessoas jurídicas, que, nas palavras de Farias e Rosenvald, são:

(...) um organismo, formado pelos ideais de pessoas naturais (ou destinação de um patrimônio afetado para um fim específico), tendente a realizar funções específicas. Não se deixe de advertir, contudo, que não é qualquer reunião de pessoas ou qualquer destinação de patrimônio que caracterizará a pessoa jurídica. É mister que a unidade de pessoas ou a afetação de bens almeje emprestar uma unidade orgânica a uma entidade a que a ordem jurídica reconhece personalidade própria.<sup>180</sup>

Dessa feita, as pessoas físicas serão todas consideradas consumidoras, já as jurídicas deverão ser verificadas conforme a atividade que praticam, para ver qual o fim das suas relações como consumidoras.<sup>181</sup>

A situação da pessoa jurídica poderia ser explicada com seguinte caso: uma oficina mecânica adquire várias peças, componentes para os consertos dos veículos dos seus clientes que por ali passam. Neste caso, a oficina mecânica não é considerada pelo Código de Defesa do Consumidor como pessoa jurídica consumidora, pois as peças que compra são para a realização de consertos em veículos de seus clientes, assim sendo, os produtos que compram servem para uma revenda, não utilizando-os como destinatária final, requisito para a caracterização da relação de consumo.

Já no mesmo caso, a mesma oficina mecânica pessoa jurídica compra produtos de informática da empresa Brasil S/A informática, para realizar os cadastros das peças, dos clientes. Caso um desses produtos venha apresentar algum tipo de defeito, nesse caso a pessoa jurídica se enquadrará no que estabelece o Código de Defesa do Consumidor como destinatária final, pois os produtos adquiridos foram para o seu próprio uso. próprio.

O artigo 2º, do Código de Defesa do Consumidor, trata sobre adquirir ou utilizar algum produto ou serviço.

Quando se fala em adquirir deve-se ir além, ou seja, forma de se ter algo de forma gratuita ou onerosa, mas no Código de Defesa do Consumidor adquirir está intimamente

<sup>179</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de. ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil: parte geral e LINDB**. v. 1. 12. Ed. Salvador. Juspodvim. 2014. p. 289.

<sup>180</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de. ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil: parte geral e LINDB**. v. 1. 12. Ed. Salvador. Juspodvim. 2014. p. 371.

<sup>181</sup> NETO VERTORE, Hilário. **Obsolescência planejada: o lançamento de tecnologias obsoletas e a lesão ao consumidor**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 17.

ligado à utilização, mesmo que aquele que adquiri não tenha utilizado, pois se enquadraram como consumidor os dois, quem adquiri ou utiliza.<sup>182</sup>

Nessa visão, aquele que recebe um presente ou as chamadas amostras grátis, sem sequer ter dado qualquer contraprestação ao produto ou serviço, recebe a mesma proteção do Código de Defesa do Consumidor.<sup>183</sup>

A lei estabelece que o adquirir pode se diferenciar entre o consumidor final e o intermediário, ou seja, somente a aquisição de produtos ou serviços para uso próprio, familiar ou de terceiros serão considerados para a conceituação do artigo 2º como consumo, pois aquele que faz aquisição para ser utilizado para a atividade-fim da empresa não será considerado consumidor.<sup>184</sup>

O legislador com a finalidade de não dar margem ao erro, foi inteligente ao incluir no parágrafo único do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor a figura do consumidor equiparado.

A lei consumerista é aplicada para consumidores e também a terceiros que não são consumidores, mas de acordo com os artigos 2º, parágrafo único, 17º e 29, do Código de Defesa do Consumidor reconhece os consumidores equiparados.<sup>185</sup>

Como pode-se ver, o Código ampliou o campo de aplicação do consumidor, colocando a coletividade na sua proteção, mesmo que em muitos casos não tenham sido destinatárias finais, mas que devido ao dano sofrido por um produto ou serviço de alguma forma foi afetada, tornando-se equiparada na relação de consumo.

Essa forma de equiparação visa estender a proteção do Código de Defesa do Consumidor para as vítimas do acidente de consumo, não necessitando o requisito de ter sido o consumidor destinatário final. .<sup>186</sup>

A doutrina chama essas terceiras pessoas de *bystander*<sup>187</sup> que seria no caso de um desastre aéreo, um avião contendo duzentos passageiros cai em uma área residencial. Todos os consumidores que estavam no avião fazem parte do caput do artigo 2º do Código enquanto

<sup>182</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 96.

<sup>183</sup> ZAPATER, Tiago Cardoso. **A interpretação constitucional do código de defesa do consumidor e a pessoa jurídica como consumidor – monografia com menção honrosa**. Revista de Direito do Consumidor. v. 40/2001. p. 170 – 198. Out – Dez. 2001. p. 2.

<sup>184</sup> ZANELATO, Marco Antonio. **Consideração sobre o conceito jurídico de consumidor**. Revista de Direito do Consumidor. v. 45/2003. p. 172 – 191. Jan – Mar. 2003. p. 1.

<sup>185</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 69.

<sup>186</sup> CUNHA, Belinda Pereira da. **Direito do Consumidor**. São Paulo. Saraiva. 2007. p. 14.

<sup>187</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 120.

os proprietários de residências que também sofreram com os danos são os chamados *bystander*, ou seja, são terceiros que foram prejudicados por um acidente de consumo.

Como pode ser visto, o legislador teve o cuidado de garantir a segurança mesmo das pessoas que não são os consumidores *stricto sensu*, ou seja, o mercado está a cada dia mais forte e com um leque muito maior, situação que acaba atingindo pessoas que não têm relação direta com o mercado de consumo. Nessa linha é importante tal equiparação como forma de proteger esses terceiros que poderão ser prejudicados por uma relação de consumo.<sup>188</sup>

Verifica-se que o consumidor equiparado não teve contato com o fornecedor, não manteve relação alguma, não adquiriu produtos ou serviços, não fez nem uso dos mesmos, mas mesmo assim, terão o direito a indenização pelo dano sofrido, responsabilização que será de forma objetiva de acordo com o Código de Defesa do Consumidor.<sup>189</sup>

Assim, o artigo 17, do Código de Defesa do Consumidor, refere-se à responsabilidade pelo fato do produto, ou melhor aquele produto ou serviço, que tenha causado o acidente de consumo.<sup>190</sup> Já o artigo 29 do Código trata daquele consumidor determinável ou não que é exposto a práticas comerciais que, segundo Marques, Bessa e Benjamin: “(...) oferta, de contratos de adesão, de publicidade, de cobrança de dívidas, de banco de dados, sempre que vulneráveis in concreto.”<sup>191</sup>

Como pode-se ver o Código visa proteger todos os consumidores que são expostos à oferta, contrato de adesão, publicidade, banco de dados e cobrança de dívidas, buscando cuidar sua vulnerabilidade.

### 2.3 DOS OBJETOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

Para que exista uma relação de consumo é necessário que os sujeitos dessa relação, consumidor e fornecedor. No entanto, além dos sujeitos necessário que se tenha o objeto que gera essa relação. Assim sendo de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, estabelece como objeto, o produto e o serviço.

<sup>188</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 119.

<sup>189</sup> NETO VERTORE, Hilário. **Obsolescência planejada: o lançamento de tecnologias obsoletas e a lesão ao consumidor**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 26.

<sup>190</sup> CUNHA, Belinda Pereira da. **Direito do Consumidor**. São Paulo. Saraiva. 2007. p. 14.

<sup>191</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 119.

Cavallieri Filho expõe que: “O objeto de uma relação jurídica, como cediço, é o elemento em razão do qual a relação se constitui e sobre o qual recai tanto a exigência do credor, como a obrigação do devedor.”<sup>192</sup>

O primeiro são os produtos que serão materiais ou imateriais, móveis ou imóveis e duráveis e não duráveis. Em se tratando de um produto móvel poderia se dizer um veículo e em caso de imóvel uma casa.<sup>193</sup>

Nunes explica que:

Na definição de produto, o legislador coloca então “qualquer bem”, e designa este como “móvel ou imóvel”, e ainda “material ou imaterial”. Da necessidade de interpretação sistemática do CDC nascerá também a hipótese de fixação do produto como durável e não durável, por previsão do art. 26 (acontecerá o mesmo no que tange aos serviços).<sup>194</sup>

Em se tratando de produtos materiais e imateriais pode-se dizer que é tudo aquilo que pode ou não ser tocado; um exemplo seria uma mesa, considerada um produto material, no caso de imaterial tem o software um produto existente em todo o mundo, mas que não pode ser tocado pelo consumidor.

Ainda na classificação feita acima, fala-se em produtos duráveis e não duráveis. Entende-se como duráveis aqueles que demoram para se desgastar, como um veículo; já os produtos não duráveis seria os alimentos, que são comprados para o consumo e sua destruição, ou deteriorização, em um curto período.

Em uma análise mais aprofundada Cavallieri Filho descreve como: “(...) não duráveis aqueles bens tangíveis que desaparecem, se destroem, acabam com o seu uso regular. A extinção pode ser imediata (alimentos, remédios, bebidas) ou paulatina (caneta, sabonete).”<sup>195</sup>

O outro objeto da relação de consumo é o serviço, que é todo o tipo de atividade oferecida no mercado de consumo, que seja feita por meio de remuneração, não sendo relação trabalhista, podendo ser de natureza bancária, financeira, crédito e securitária.

Em se tratando do termo remuneração o entendimento doutrinário e jurisprudencial têm entendido que não existe a necessidade em todos os casos, pois em se tratando de brindes,

<sup>192</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 74.

<sup>193</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 113.

<sup>194</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 113.

<sup>195</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 76.

amostras grátis, serviços gratuitos que são falhos ou apresentam vício ou defeito, o fornecedor poderá ser responsabilizado.<sup>196</sup>

Marques, Bessa e Benjamin resumem um julgamento do STJ sobre o tema:

No julgamento do REsp 1.316.921/RJ, destaca o STJ que “O fato de o serviço prestado pelo provedor de serviço de internet ser gratuito não desvirtua a relação de consumo, pois o termo “mediante remuneração “, incluir o ganho indireto do fornecedor” (Rel. Min. Nancy Andrighi, j. 26.06.2012. DJe 29.06.2012).<sup>197</sup>

Dentre os serviços que se enquadram na aplicação do Código de Defesa do Consumidor, estão os serviços bancários, securitários, de crédito e financeira. Desses a que mais causou polêmica foi a bancária, pois precisou de um julgamento junto ao STF da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 2591 em dezembro de 2001, que decidiu que o Código de Defesa do Consumidor seria aplicado às cardenetas de poupança, contratos mútuos, depósitos bancários, cartões de crédito, seguros e operações bancárias.<sup>198</sup>

Além dos serviços previstos no artigo 3º, § 2º do Código de Defesa do Consumidor, é aplicado a mesma legislação aos serviços públicos que pela doutrina, e uma corrente mais reconhecida que tem Sérgio Cavallieri Filho, Cláudio Banolo e Paulo Valério Del Moraes que, são aplicados aos serviços remunerados por tarifas.<sup>199</sup>

Diante disso, nota-se que para que exista a relação de consumo é necessário um consumidor e um fornecedor, mas é necessário o objeto, produto ou serviço, devendo estes seguirem as características previstas no Código de Defesa do Consumidor.

#### 2.4. DOS PRINCÍPIOS DO DIREITO DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Como já foi visto, com a criação do Código de Defesa do Consumidor foram criadas proteções aos consumidores, como forma de igualar a relação entre consumidor e fornecedor. Assim, necessário se faz um breve estudo sobre os princípios adotados pela lei consumerista.

Antes de começar a discorrer sobre os princípios especificamente adotados pelo Código de Defesa do Consumidor é importante trazer o conceito de princípios.

Para Nader, os princípios gerais do direito têm duas funções, sendo “na elaboração das

<sup>196</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 126.

<sup>197</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 126.

<sup>198</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 85.

<sup>199</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 75.

leis e na aplicação do Direito, pelo preenchimento das lacunas da lei”.<sup>200</sup>

Destaca-se o entendimento de Reale que assim disserta:

Restringindo-nos ao aspecto lógico da questão, podemos dizer que os princípios são “verdades fundantes” de um sistema de conhecimento, como tais admitidas, por serem evidentes ou por terem sido comprovadas, mas também por motivos de ordem prática de caráter operacional, isto é, como pressuposto exigidos pelas necessidades da pesquisa e da *práxis*.<sup>201</sup> (grifo original).

Nessa linha de pensamento Ferraz Jr., vem corroborar com o presente tema:

[...] constituem reminiscência do direito natural como fonte. Há autores que os identificam com este, outros que os fazem repousar na equidade, enquanto sentimento do justo no caso concreto. Sua formulação é indefinida. Há quem os reduza, em última análise, aos famosos preceitos romanos: *honeste vivere, alterum non laedere, suum cuique tribuere*. De qualquer modo, ainda que se entenda que possam ser aplicados diretamente na solução de conflitos, trata-se não de normas, mas fazem parte de suas *regras estruturais* (ver item 4.3.1.1), dizem respeito à relação entre normas no sistema, ao qual conferem coesão.<sup>202</sup> (grifo original).

Então, os princípios gerais do direito juntamente com os usos e costumes são considerados fontes imediatas. Essa aplicação dos princípios gerais do direito está previsto no art. 4º da Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro que dispõe a seguinte redação: “Quando a lei for omissa, o juiz decidirá o caso de acordo com a analogia, os costumes e os princípios gerais de direito.”<sup>203</sup>

Princípio é um consenso que se retira da cultura jurídica de onde pode se dizer que seja justo, ou seja, tem como ponto principal trazer um embasamento ao ordenamento jurídico.<sup>204</sup>

Por outro enfoque, Nader traz que: “A expressão princípios gerais do Direito, por ser demasiadamente ampla, não oferece ao aplicador do Direito uma orientação segura quanto aos critérios a serem admitidos na sua aplicação”<sup>205</sup>. Mesmo assim os juízes não podem deixar de aplicar uma decisão.

Por derradeiro cumpre dizer que os juízes não podem deixar de decidir sobre uma lide, alegando não ter norma a ser aplicada, pois os princípios também são fontes de garantia para

<sup>200</sup> NADER, Paulo. **Introdução ao estudo do direito**. 30. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008. p. 200.

<sup>201</sup> REALE, Miguel. **Lições preliminares de direito**. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 303.

<sup>202</sup> FERRAZ JUNIOR, Tércio Sampaio. **Introdução ao estudo do direito: técnica, decisão, dominação**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003. p. 247.

<sup>203</sup> BRASIL. **Decreto Lei nº 4.657 de 4 de setembro de 1942**. Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del4657compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del4657compilado.htm)>. Acesso em: 10 nov. 2016.

<sup>204</sup> SOUZA NETO, Mello João Baptista de. **Direito civil: parte geral**. 6. ed. São Paulo. Atlas, 2007. p. 13.

<sup>205</sup> NADER, Paulo. **Introdução ao estudo do direito**. 30. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008. p. 200.

uma resolução do caso trazido ao jurisdicionado.

Após uma breve conceituação do que é princípio, pode-se adentrar aos princípios específicos às relações de consumo, analisando cada um conceituando-os e explicando como são aplicados.

O Código de Defesa do Consumidor adotou vários princípios para embasar a proteção do consumidor em todas as relações consumeristas, como o da transparência, confiança, vulnerabilidade, equidade ou equilíbrio contratual, segurança, inversão do ônus da prova e boa-fé, sendo este a base do Código de Defesa do Consumidor. Dessa maneira como forma de explicar melhor a função de cada princípio adotado passa-se a expor sobre eles.

Vulnerabilidade significa que pode ser magoado, prejudicado; o que é frágil, que pode ser ferido de acordo com Cavallieri Filho.<sup>206</sup>

Assegura-se que a vulnerabilidade pode ser permanente ou provisória, individual ou coletiva, situação que desestabiliza a relação de consumo, sendo uma característica do consumidor sujeito mais fraco na relação de consumo.<sup>207</sup>

Toda pessoa física (consumidora) presume-se que seja vulnerável, já a pessoa jurídica (consumidora) necessitará que seja feita uma análise mais acurada de sua presunção de vulnerabilidade, e que, em caso no negativo estará diante de uma relação empresarial ou civil.<sup>208</sup>

A vulnerabilidade é reconhecida como a espinha dorsal no campo da proteção do consumidor, ou seja, não existem dúvidas de que o consumidor seja conhecido como a parte mais fraca nas relações de consumo e tal direito é reconhecido pela ONU, e no Brasil pela própria Constituição Federal, onde nasce a necessidade de processo do sujeito consumidor no âmbito consumerista.<sup>209</sup>

Portanto, pode-se dizer que o consumidor se encontra em uma posição de vulnerabilidade diante do poderio econômico do fornecedor e tal reconhecimento é incontestável dentro do ordenamento jurídico, não podendo colocar apenas aqueles consumidores humildes ou ignorantes, pois a vulnerabilidade é um traço do consumidor sendo rico ou pobre.<sup>210</sup>

<sup>206</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 75.

<sup>207</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 108.

<sup>208</sup> BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do STJ**. 7. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm, 2012. p. 53.

<sup>209</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007. p. 15.

<sup>210</sup> ADDARIO, Marilsen Andrade. **Conceituação de consumidor: destinatário final ou uso não profissional?** Revista de Direito do Consumidor. v. 75/2010. P. 166 – 213. Jul – Set. 2010. p. 10.

Por não deter o conhecimento igual ao do fornecedor, o consumidor se torna vulnerável, e o legislador, vendo isto, automaticamente fez com que essa vulnerabilidade fosse protegida no Código de Defesa do Consumidor.

Braga Netto discorre que: “A vulnerabilidade do consumidor fundamenta o sistema de consumo. É em razão dela que foi editado o CDC, que busca fazer retornar o equilíbrio a essa relação frequentemente desigual entre consumidor e fornecedor.”<sup>211</sup>

É notória a vulnerabilidade do consumidor que está sempre diante de um tiroteio de publicidades, informações e promoções de novos produtos. Por não ter muito conhecimento, e por ser vulnerável, muitos consumidores acabam caindo nas armadilhas dos fornecedores, por isso a necessidade do reconhecimento dessa vulnerabilidade para ajudar o Estado na proteção do consumidor dentro das relações de consumo, muitas vezes abusivas uma vez que os fornecedores tiram proveito dessa fraqueza do consumidor.

Assim, é visível o reconhecimento pela doutrina em ser o consumidor a parte mais fraca dentro de uma relação de consumo,<sup>212</sup> sendo o fornecedor detentor do poder econômico tem a maior facilidade e conhecimento nas relações, diante desses fatos acaba se aproveitando da ignorância do consumidor para induzi-lo e convencê-lo de situações que, às vezes, são até mesmo lesivas a esses.

A vulnerabilidade não pode apenas ser reconhecida considerando a posição de fragilidade econômica do consumidor mas reconhecer que todo consumidor deve ser destinatário final e a parte vulnerável na relação de consumo, pois a pessoa jurídica, que não detém o conhecimento técnico ou científico do produto ou serviço que adquiri, mesmo em sua força econômica será reconhecida como consumidora e aplicada sua vulnerabilidade diante do caso.<sup>213</sup>

O Código de Defesa do Consumidor, pautado na vulnerabilidade do consumidor dentro da parte da política nacional de relações de consumo, e sendo um ponto de grande análise na jurisprudência e doutrina, que entende existirem três tipos de espécies de vulnerabilidades, sendo a técnica, a jurídica e a fática.

Fala-se ainda em uma quarta em que o Superior Tribunal de Justiça tem reconhecido em seus recentes julgados que é a vulnerabilidade informacional, considerada intrínseca do

---

<sup>211</sup> BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor**: à luz da jurisprudência do STJ. 7. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm, 2012. p. 51.

<sup>212</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007. p. 19.

<sup>213</sup> ADDARIO, Marilsen Andrade. **Conceituação de consumidor: destinatário final ou uso não profissional?** Revista de Direito do Consumidor. v. 75/2010. P. 166 – 213. Jul – Set. 2010. p. 12.



consumidor.<sup>214</sup>

A vulnerabilidade técnica é aquela que caracteriza-se pela falta de conhecimentos técnico de cada produto ou serviço que o consumidor adquire. Marques esclarece que: “(...) o comprador não possui conhecimento específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é mais facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade, o mesmo ocorrendo em matéria de serviços.”<sup>215</sup>

Alguns fornecedores se aproveitam da vulnerabilidade técnica utilizando um maçante ataque publicitário com informações que mudam a cabeça do consumidor, como é o caso do leite em pó, que visando o melhor bem estar da mulher, a sua vaidade as empresas se utilizam de tal situação para venderem seu produtos ou serviços.<sup>216</sup>

Em se tratando de vulnerabilidade jurídica ou científica, pode se dizer que é a falta de entendimento jurídicos específicos sobre os seus direitos ou sobre como pode se defender no âmbito judicial ou fora dele.<sup>217</sup>

Nas palavras de Cavallieri:

(...) resulta da falta de informação do consumidor a respeito dos seus direitos, inclusive no que respeita a quem recorrer ou reclamar; a falta de assistência jurídica, em juízo ou fora dele; a dificuldade de acesso à Justiça; a impossibilidade de aguardar a demorada e longa tramitação de um processo judicial que, por deturpação de princípios processuais legítimos, culmina por conferir privilegiada situação aos réus, mormente os chamados litigantes habituais.<sup>218</sup>

Como pode-se ver a vulnerabilidade jurídica diz a respeito à falta de conhecimento jurídico, situação contrária ao fornecedor que tem o amparo de um grande sistema jurídico em suas empresas, ou através de grandes escritórios de advocacia que dão todo o suporte legal para os seus produtos e serviços.

Essa vulnerabilidade é presumida para o consumidor que não é profissional e para a pessoa física; mas não é presumida para a pessoa jurídica consumidora que deverá ser analisado cada caso concreto, como já exposto.<sup>219</sup>

<sup>214</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 109.

<sup>215</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 109-110.

<sup>216</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 49.

<sup>217</sup> PEIXOTO, Ulisses Vieira Moreira. **Código de defesa do consumidor comentado**. Campo Grande. Contemplar. 2012. p. 40.

<sup>218</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 50.

<sup>219</sup> REIS, Iuri Ribeiro Novais de. **O princípio da vulnerabilidade como núcleo central do código de defesa do consumidor**. Revista dos Tribunais. v. 956/2015. p. 89 – 114. Jun. 2015. p. 5.

Dessa maneira, o fornecedor deve informar o consumidor das possíveis relações jurídicas que possam derivar da relação de consumo, pois presume-se que o consumidor seja leigo em tais informações.<sup>220</sup>

Outra espécie de vulnerabilidade é a fática, ou socioeconômica, que legitima a superioridade do fornecedor, sujeito que possui um grande aparato funcional, seja no campo da técnica, seja na informação ou jurídica, tornando-se superior ao consumidor, dizendo o que deve ser consumido e quando não se pode consumir mais.

Marques, Bessa e Benjamin descrevem que: “(...) onde o ponto de concentração é o outro parceiro contratual, o fornecedor que, por sua posição de monopólio, fático ou jurídico, por seu grande poder econômico ou em razão da essencialidade do serviço, impõe sua superioridade a todos que com ele contratam (...)”<sup>221</sup>

Com tal característica essa vulnerabilidade é considerada a desigualdade econômica, ou seja, a ponte que separa consumidor e fornecedor que é majorado pela liberdade econômica que autoriza a deficiência na concorrência, a criação de monopólios e oligopólios, afastando ainda mais as condições financeiras do consumidor que é obrigado a comprar produtos e serviços com preços fixos por não haver concorrência.<sup>222</sup>

Nunes pronuncia-se a respeito da vulnerabilidade fática, ou socioeconômica afirmando que esta liga-se a escolha : “O consumidor só pode optar por aquilo que existe e foi oferecido no mercado. E essa oferta foi decidida unilateralmente pelo fornecedor, visando seus interesses empresariais, que são, por evidente, a obtenção de lucro.”<sup>223</sup>

E por último a vulnerabilidade informacional que é intrínseca do consumidor, pois o Código de Defesa do Consumidor se baseia também no princípio da informação, mas uma informação que seja, clara, objetiva baseada na boa-fé.

A informação é considerado a chave dentro da relação de consumo, pois, aquele que possui informação será sempre considerado o mais forte, ou seja, dentro da relação de consumo o sujeito que detém um grande número informacional é o fornecedor e isso cria um abismo que pode gerar até mesmo uma hipervulnerabilidade.<sup>224</sup>

Marques, Bessa e Benjamin discursam sobre o tema:

<sup>220</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 113.

<sup>221</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 113.

<sup>222</sup> REIS, Iuri Ribeiro Novais de. **O princípio da vulnerabilidade como núcleo central do código de defesa do consumidor**. Revista dos Tribunais. v. 956/2015. p. 89 – 114. Jun. 2015. p. 6.

<sup>223</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 128.

<sup>224</sup> REIS, Iuri Ribeiro Novais de. **O princípio da vulnerabilidade como núcleo central do código de defesa do consumidor**. Revista dos Tribunais. v. 956/2015. p. 89 – 114. Jun. 2015. p. 7.

(...) a vulnerabilidade informacional, que é a vulnerabilidade básica do consumidor, intrínseca e característica deste papel na sociedade. Hoje merece ela uma menção especial, pois na sociedade atual são de grande importância a aparência, a confiança, a comunicação e a informação. Nosso mundo de consumo é cada vez mais visual, rápido e de risco, daí a importância da informação.

(...) o consumidor é justamente seu déficit informacional, pelo que não seria necessário aqui frisar este *minus* como uma espécie nova de vulnerabilidade, uma vez que já estaria englobada como espécie de vulnerabilidade técnica. Hoje, porém, a informação não falta, ela é abundante, manipulada, controlada e, quando fornecida, nos mais das vezes, desnecessária. (grifo do autor).

Na era da informação, quem possui informação é rei, porém o Código de Defesa do Consumidor visa proteger o consumidor nessa instabilidade informacional, deixando em equilíbrio a relação de consumo.

É notória a vulnerabilidade do consumidor que está sempre diante de um tiroteio de publicidades, informações e promoções de novos produtos. Por não ter muito conhecimento, e por ser essencialmente, vulnerável muitos consumidores acabam caindo nas armadilhas dos fornecedores, por isso a necessidade do reconhecimento dessa vulnerabilidade para ajudar o Estado na proteção do consumidor dentro das relações de consumo, muitas vezes abusivas por se aproveitarem os fornecedores dessa fraqueza do consumidor.

Assim, é visível o reconhecimento pela doutrina em ser o consumidor a parte mais fraca dentro de uma relação de consumo,<sup>225</sup> sendo o fornecedor detentor do poder econômico tem a maior facilidade e conhecimento nas relações, diante desses fatos acaba se aproveitando da ignorância do consumidor para induzi-lo e convencê-lo de situações que às vezes são até mesmo lesiva a esses.

O artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor e seus incisos tratam da Política Nacional das Relações de Consumo, garantindo uma maior segurança e proteção dos direitos do consumidor com melhorias de qualidade, transparência e harmonia nas relações de consumo.

Almeida reflete que:

O princípio da presença do Estado na relações de consumo é, de certa forma, corolário do princípio da vulnerabilidade do consumidor, pois, se há reconhecimento da situação de hipossuficiência, de fragilidade e desigualdade de uma parte em relação a outra, está claro que o Estado deve ser chamado para proteger a parte mais fraca, por meios legislativos e administrativos, de sorte a garantir o respeito aos seus interesses.<sup>226</sup>

<sup>225</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007. p.19.

<sup>226</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2006. p. 15-16.

No seu inciso II estabelece o princípio da intervenção estatal que visa por meio de ações governamentais proteger o consumidor. Dessa maneira elenca os tipos de intervenções que busca atender, descritos a seguir.

A primeira é a por meio de iniciativa direta que é feita pelos conhecidos PROCONs que ganhou força na defesa do consumidor, fundação que realiza fiscalizações, faz o atendimento administrativo na proteção dos direitos consumidor com o intuito de reequilibrar a relação.<sup>227</sup>

Existe também ações de incentivos ao desenvolvimento de associações representativas que buscam a defesa do consumidor, incentivando estudos, fazendo defesas em demandas que envolvem a relação de consumo.

As associações que têm maior repercussão na luta contra as barbaridades que existem contra os direitos do consumidor são: ADECON (Associação de Defesa do Consumidor); IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) e o BRASILCON (Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor).<sup>228</sup>

O Estado ainda faz a intervenção pela presença no mercado de consumo de forma fiscalizadora, atribuído as suas Agências Reguladoras como ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicação); ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica) e com a ANS (Agência Nacional de Saúde).<sup>229</sup>

Todas com o mesmo objetivo, qual seja, garantir o acesso a serviços e produtos com qualidade e segurança, protegendo a parte mais fraca da relação de consumo, ou seja, o consumidor vulnerável.<sup>230</sup>

E por último o inciso II do artigo 4º prevê a garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho que deverão seguir as normas e padrões estabelecidas pelo SINMETRO (Sistema Nacional de Metrologia, Normatização e Qualidade Industrial); CONMETRO (Conselho Nacional de Metrologia, Normatização e Qualidade Industrial) e o mais conhecido INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia).<sup>231</sup>

O princípio da transparência busca uma justa e harmoniosa relação de consumo. Para que os contratos sejam cumpridos é necessário que haja transparência, ou seja, nitidez,

---

<sup>227</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 211.

<sup>228</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 211.

<sup>229</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 212.

<sup>230</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 128.

<sup>231</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 213.

sinceridade, princípio que vem disposto no art. 4º, *caput.* do Código de Defesa do Consumidor e que é filiado ao princípio da boa-fé, pois demanda uma necessidade na relação de consumo, sendo uma palavra de ordem, onde prioriza clareza, nitidez, precisão e sinceridade dentro da sociedade.<sup>232</sup>

Assim, o princípio da transparência, aplicado como forma de garantir com que o fornecedor passe todas as informações corretas sobre os produtos e serviços ofertados no mercado, dando a oportunidade de um prévio conhecimento sobre o produto ou serviço fornecido.<sup>233</sup>

A transparência deve ocorrer em todas as fases do contrato, tanto no pré-contrato como no decorrer da relação.<sup>234</sup> Nesse sentido, Marques traduz a ideia central desse princípio que é:

[...] é possibilitar uma aproximação e uma relação contratual mais sincera e menos danosa entre consumidor e fornecedor. Transparência significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado, significa lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo.<sup>235</sup>

E assim concluído sobre o princípio da transparência esse não relaciona-se apenas com o que o consumidor não pode fazer, mas com o que ele necessita fazer e passar para o consumidor; são deveres procedimentais que fazem parte da relação consumidor e fornecedor com seus produtos e serviços inseridos no mercado.<sup>236</sup>

O fornecedor deve apresentar corretamente todos os dados de seu produto ou serviço disponibilizados ao consumidor visando sempre essa transparência mencionada.

É obrigação do fornecedor dar segurança ao consumidor, informando corretamente todas as qualidades e perigos do produto. O art. 8º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor dispõe sobre a proteção da segurança, discorrendo que não serão colocados no mercado produtos que possam acarretar riscos à saúde e segurança do consumidor e que, em caso de algum produto conter produtos nocivos à saúde e segurança, deverão constar informações claras em seus rótulos<sup>237</sup>

<sup>232</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 34.

<sup>233</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 127.

<sup>234</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006.

<sup>235</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006. p. 714-715.

<sup>236</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 35.

<sup>237</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

Sendo assim, é necessário que o fornecedor informe o consumidor de qualquer possível situação que prejudique sua segurança. Portanto, é comum que um consumidor que compra um produto ou serviço que está sendo oferecido no mercado tenha a certeza que aquele produto ou serviço apresenta as suas garantias legais, resguardando a saúde ou a vida do consumidor.<sup>238</sup>

No que se refere à segurança, pode-se dizer que é uma segurança absoluta, que tem como objetivo evitar a comercialização de qualquer tipo de produto que apresente perigo a vida do consumidor, levando-se em conta a ideia de defeito ou falha na segurança<sup>239</sup>.

Por conseguinte, refere-se a um defeito, quando o consumidor compra um carro, porém este vem com os faróis queimados, porém esta situação não é a mesma quando o consumidor pega o produto para usufruir. Nessa situação teria a segurança descumprida, pois, quem compra tem adquire um objeto espera que o produto esteja nos conformes e regular, sem risco de causar algum problema a segurança do consumidor.

A saúde e a segurança são direitos previstos, e prescritos, na Constituição Federal, ou seja, proteger a dignidade da pessoa humana, tendo como base para todos os outros direitos.<sup>240</sup> Diante disso, a proteção de segurança está dentro dos fundamentos que integram o princípio da dignidade da pessoa humana.

Em relação ao referido princípio, Cavalieri Filho disserta:

O Código do Consumidor deu uma guinada de 180 graus na disciplina jurídica então existente, na medida em que transferiu os riscos do consumo do consumidor para o fornecedor. Estabeleceu responsabilidade objetiva para todos os casos de acidente de consumo, quer decorrentes do fato do produto (art. 12), que diz: ‘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 de seus produtos’; quer do fato do serviço (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’.<sup>241</sup> (grifo do autor).

Conclui-se que o fornecedor deve agir com cuidado sempre apresentando todas as informações necessárias do produto e serviços que está colocando à disposição do consumidor, para que este por falta de informação, e não tendo a segurança necessária, não venha sofrer possíveis danos materiais e às vezes prejudiciais a sua própria vida ou de seus

<sup>238</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006. p. 1199.

<sup>239</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006. p. 1199.

<sup>240</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 126.

<sup>241</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 43.

familiares.

Ora, nota-se que o princípio da segurança e o da informação andam juntos na relação de consumo, dessa forma, um complementa o outro.

Diferentemente do que se aplica no Código de Processo Civil, o Código de Defesa do Consumidor traz a inversão do ônus da prova, que no processo civil é do autor, porém, no direito do consumidor essa situação se inverte.

Com previsão legal no art. 6º, inc. VIII do Código de Defesa do Consumidor expõe que o consumidor terá sua defesa facilitada com a inversão do ônus da prova, desde que suas alegações sejam verossímeis, ou quando o consumidor for hipossuficiente, indo de forma contrária à regra do Código de Processo Civil, mas com a finalidade de favorecer o consumidor.<sup>242</sup>

Relatando sobre esse princípio Arenhart explica que o juiz, pode exigir que o fornecedor produza provas que seriam de obrigação do consumidor, mas como forma de facilitar a ação do consumidor e por possuir o fornecedor maior facilidade técnica.<sup>243</sup>

Esse princípio tem como ponto principal a facilitação da defesa do consumidor nos conflitos existentes na seara jurídica.<sup>244</sup> Diante disso, o consumidor parte hipossuficiente, tem em seu favor uma maior proteção tornando fácil a cobrança de seus direitos uma vez que não detém as técnicas e conhecimentos específicos, ao contrário de seus fornecedores.

Alguns autores trazem como princípio da equidade e outros equilíbrio contratual. Esse princípio tem como característica proporcionar uma paridade entre as partes contratantes, manifestando assim uma efetiva igualdade na relação de consumo, tentando nivelar a balança do direito.

Silva narra informar sobre o equilíbrio contratual absoluto, que está explícito no CDC assim se pronuncia:

O Código de defesa do Consumidor traz uma série de regras das quais se deduz o princípio do equilíbrio contratual absoluto; segundo esse princípio, o contrato não pode estabelecer desmensuradamente prerrogativas ao fornecedor sem fixar iguais vantagens ao consumidor.

Não pode uma das partes na relação jurídica de consumo obter vantagem manifestamente excessiva em detrimento da outra. Por essa Razão foi atribuída a nulidade de pleno direito à cláusula que, em desfavor do consumidor, vem

<sup>242</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

<sup>243</sup> ARENHART, Sérgio Cruz. Ônus da prova e relações de consumo. In: CAPAVERDE, Adairdo Carmo (Org.); CONRADO, Marcelo (Org.). **Repensando o direito do consumidor**: 15 anos do CDC (1990-2005), Curitiba: OAB/PR, 2005. p. 100.

<sup>244</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008.

estabelecer obrigações iníquas, abusivas, que coloquem em desvantagem exagerada (art. 51, IV, do CDC).<sup>245</sup>

O presente princípio proporciona direitos e deveres às partes nos contratos de consumo, proibindo o abuso, ou melhor, as cláusulas abusivas que venham a lesar o consumidor, ou seja, dando vantagens ao fornecedor, prática não compatível com a boa-fé equidade.<sup>246</sup>

Segundo Diniz, ele será aplicado quando: “em razão de desequilíbrio sofrido em consequência de fatos imprevisíveis nas relações contratuais, que possam até acarretar a exploração de um sobre o outro sob o véu do contrato”<sup>247</sup>

Como o nome já diz, o princípio do equilíbrio contratual visa a busca de uma relação contratual equilibrada não podendo assim haver uma onerosidade excessiva para uma das partes.

Nessa linha, o Código de Defesa do Consumidor preza regular por meio de normas imperativas esta relação, antes movida pela autonomia da vontade; buscou-se proteger o contrato, evitando um desequilíbrio, garantindo a realização da justiça, dentro das novas realidades econômicas, políticas e sociais.<sup>248</sup>

Diante destas modificações o direito passa a buscar o equilíbrio nas relações, colocando em igualdade as partes contratantes.

Os princípios acima citados no segundo capítulo têm o princípio da boa-fé, objetiva considerado por muitos doutrinadores, o princípio base do Código de Defesa do Consumidor, tendo todos os outros princípios interligados a ele.

E está disposto no art. 4º, inc. III do Código de Defesa do Consumidor que assim trata que será necessário pacificar os interesses do indivíduos que integram as relações de consumo, sempre na busca de proteger o consumidor, garantindo o desenvolvimento econômico e tecnológico, com bases na Constituição Federal, art. 170 e de acordo com a boa-fé e equilíbrio entre os sujeitos consumidor e fornecedor.<sup>249</sup>

O Código de Defesa do Consumidor dispõe que a boa-fé objetiva deve sempre estar nas relações entre os consumidores, dando um equilíbrio nas relações, na verdade são amplos

<sup>245</sup> SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Cláusulas abusivas no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2004. p. 73.

<sup>246</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006.

<sup>247</sup> DINIZ, Maria Helena. **Tratado teórico e prático dos contratos**. São Paulo: Saraiva, 2006. v. 1. p. 84.

<sup>249</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.



os benefícios trazidos com a aplicação do princípio da boa-fé, benefícios esses que serão melhores expostos abaixo.

Diniz discorre sobre o que seria a palavra boa-fé, assim, o seu significado:

**BOA-FÉ.** 1. *Direito civil.* a) Estado de espírito em que uma pessoa, ao praticar ato comissivo ou omissivo, está convicta de que age de conformidade com a lei; b) convicção errônea da existência de um direito ou da validade de um ato ou negócio jurídico. Trata-se da ignorância desculpável de um vício do negócio ou da nulidade de um ato, o que vem a atenuar o rigor da lei, acomodando-a à situação e fazendo com que se deem soluções diferentes conforme a pessoa ou aja de boa ou má-fé, considerando a boa-fé do sujeito, acrescida de outros elementos, como produtora de efeitos jurídicos na seara das obrigações, das coisas, no direito de família e até mesmo no direito das sucessões; c) lealdade ou honestidade no comportamento, considerando-se os interesses alheios, e na celebração e execução dos negócios jurídicos; [...].<sup>250</sup> (grifo do autor).

O princípio da boa-fé objetiva está disposto no art. 422 do Código Civil<sup>251</sup>, e no art. 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, além de outros artigos que tratam sobre o presente princípio. Mas foi no Código de Defesa do Consumidor de 1990 que este princípio atingiu o seu auge.<sup>252</sup>

É necessário distinguir a boa-fé objetiva da subjetiva e, Martins-Costa, assim a define:

A expressão boa-fé subjetiva denota estado de consciência ou convencimento individual de obrar em conformidade ao direito aplicável, em regra, ao campo dos direitos reais, especialmente em matéria possessória. Diz-se subjetiva justamente porque para a sua aplicação, deve o intérprete considerar a intenção do sujeito da relação jurídica, o seu estado psicológico ou íntima convicção. Antitética à boa-fé subjetiva está a má-fé, também vista subjetivamente como a intenção de lesar a outrem.<sup>253</sup>

Nessa linha de pensamento Farias e Rosenvald, trazem que “A boa-fé subjetiva não é um princípio, e sim um estado psicológico em que a pessoa possui a crença de ser titular de um direito que em verdade só existe na aparência.”<sup>254</sup>

Já a boa-fé objetiva é relativo à conduta das partes, ou seja, elas devem sempre buscar agir com respeito a outra parte, ou como Martins-Costa melhor traduz:

<sup>250</sup> BOA-FÉ. In: DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico**: A-C. 2. ed. rev. atual. e aum. São Paulo. Saraiva. 2005. v. 1. p. 506-507.

<sup>251</sup> BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 14 nov. 2016.

<sup>252</sup> BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor**: à luz da jurisprudência do STJ. 7. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm. 2012.

<sup>253</sup> COSTA-MARTINS, Judith. **A boa-fé no direito privado**. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2000. p. 411.

<sup>254</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil**: contratos teoria geral e contratos em espécies. 2. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm, 2012. v. 4. p. 164.

Já por boa-fé objetiva se quer significar – segundo a conotação que adveio da interpretação conferida ao § 242 do Código Civil alemão, de larga força expansionista em outros ordenamentos, e bem assim, daquela que lhe é atribuída nos países do *common law* – modelo de conduta social, arquétipo ou standard jurídico, segundo o qual ‘cada pessoa deve ajustar a própria conduta a esse arquétipo, obrando como obraria um homem reto: com honestidade, lealdade, probidade’. Por este modelo objetivo de conduta levam-se em consideração os fatores concretos do caso, tais como o status pessoal e cultural dos envolvidos, não se admitindo uma aplicação mecânica do standard, de tipo meramente subjetivo.<sup>255</sup>

Diante da visão de boa-fé subjetiva e boa-fé objetiva, pode-se traduzir que a boa-fé, como sendo, lealdade, confiança e colaboração entre as partes, decididas a operar com honradez, e a todo tempo com rigorosa observância de seus deveres e boa conduta, no início, no meio e no fim de uma relação contratual.

Com a criação do Código de Defesa do Consumidor, conforme Cavalieri Filho, “o termo boa-fé passou a ser utilizado com uma nova e moderna significação, para indicar valores éticos que estão à base da sociedade organizada e desempenham função de sistematização da ordem jurídica.”<sup>256</sup> Dessa forma traz a ética para dentro das relações consumeristas protegidas, pelo Código de Defesa do Consumidor.

Nas palavras de Braga Netto, o princípio da boa-fé objetiva “(...) é o dever, imposto a quem quer que tome parte em relação negocial, de agir com lealdade e cooperação, abstendo-se de condutas que possam esvaziar as legítimas expectativas da outra parte.”<sup>257</sup>

Na visão de Farias e Rosenvald, o princípio da boa-fé:

[...] encontra a sua justificação no interesse coletivo de que as pessoas pautem seu agir na cooperação e na retidão, garantam a promoção do valor constitucional do solidarismo, incentivando o sentimento de justiça social, com repressão a todas as condutas que importem em desvio aos parâmetros sedimentados de honestidade e lisura. Seria, em uma última instância, a tradução no campo jurídico do indispensável cuidado e da estima que devemos conceder aos nosso semelhante.<sup>258</sup>

Cada parte numa relação contratual consumerista deve guardar a confiança. Buscar através do princípio da boa-fé objetiva, uma tranquilidade entre as partes, agindo com lealdade, em harmonia; não há que se falar em desentendimento, processos para reaver direitos que foram descumpridos.<sup>259</sup>

<sup>255</sup> COSTA-MARTINS, Judith. **A boa-fé no direito privado**. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2000. p. 411.

<sup>256</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 31.

<sup>257</sup> BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do STJ**. 7. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm, 2012. p. 63.

<sup>258</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil: contratos teoria geral e contratos em espécies**. 2. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm, 2012. v. 4. p. 166.

<sup>259</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso fundamental de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Dentre as funções da boa-fé, existem três que se destacam segundo Braga Netto, no princípio da boa-fé objetiva, sendo a: interpretativa, corretiva e criadora ou integrativa, onde a primeira trata sobre a intenção daqueles que realizam o contrato; a segunda tem a finalidade de proteger ou corrigir qualquer tipo de desequilíbrio na relação; e a terceira cria aqueles deveres que todo o contratante espera da outra parte, como lealdade e cooperação fazendo valer a confiança depositada no contrato.<sup>260</sup>

Como exposto o princípio da boa-fé se divide em três funções, mas para presente pesquisa será considerada a função interpretativa, por que nas palavras de Gomes a “[...] intenção ou sentido comum atribuído pelas partes á declaração contratual”<sup>261</sup>, é aquela inserida no art. 113 do Código Civil que assim dispõe: “Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração”.<sup>262</sup>

O melhor exemplo dessa aplicação vem disposta no artigo 187 do Código Civil que assim traz: “Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes”.<sup>263</sup>

E, por último, a função supletiva que tem como base a criação de deveres na relação contratual ou consumerista, ou seja, prevê o dever de informar, a confiança, buscando sempre uma boa relação.<sup>264</sup>

Dessa maneira, em toda relação consumidor e fornecedor o princípio da boa-fé precisa ser adotado, pois para viver dentro de uma sociedade livre o homem deve sempre agir com ética e boa-fé, visando sempre o bem estar social.

Depois de analisados os princípios previstos no Código de Defesa do Consumidor, necessário trazer uma breve exposição de princípios que também são aplicados na relação consumerista e que visam a garantia da ordem social: função social e solidariedade.

Tais princípios se aplicam, pois a legislação consumerista visa uma proteção social como apontado no caput do artigo primeiro, salientando, que é uma lei de interesse social, ou melhor, tem como fundamento a proteção do consumidor individuo autônomo ou a coletividade, prevendo institutos de defesa de mais de um consumidor, como as ações coletivas, ação civil pública, tudo com a visão de garantir uma proteção da sociedade.

<sup>260</sup> BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor**: à luz da jurisprudência do STJ. 7. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm, 2012. p. 307.

<sup>261</sup> GOMES, Orlando. **Contratos**. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 44.

<sup>262</sup> BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 14 nov. 2016.

<sup>263</sup> BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 14 nov. 2016.

<sup>264</sup> GOMES, Orlando. **Contratos**. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 44.

Essa legislação foi criada em uma época em que a visão liberal dava lugar para a visão social, momento em que surgiram várias legislações com o intuito social, visando garantir uma proteção da sociedade contra as mazelas das grandes empresas.<sup>265</sup>

Movidos por um direito individualista, com princípios como *pacta sunt servanda*, autonomia da vontade, o legislador passa a perceber que para que se efetivasse a proteção dos interesses de uma coletividade seria necessário mudar, o enfoque passando a considerar o interesse social no meio da relação.

E na nova visão da Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor e depois no Código Civil de 2002 o princípio da função social que está previsto no artigo 421 do Código Civil.

Nery Junior e Nery vem exemplificar o conceito do princípio como:

O contrato tem de ser entendido não apenas como as pretensões individuais dos contratantes, mas como verdadeiro instrumento de convívio social e de preservação dos interesses da coletividade. Interessa a toda a sociedade, na medida em que os standards contratuais são paragmáticos para outras situações assemelhadas. Tudo o que ocorre relativamente a um contrato terá, forçosamente, repercussão em outros casos que digam respeito aos mesmo tipo de contrato. Essa é apenas uma das consequências da nova socialidade do contrato. Além de útil o contrato tem de ser justo.<sup>266</sup>

Com a criação de lei que previa a função social, as relações jurídicas sofrem mudanças, pois a legislação visa garantir uma proteção a sociedade, alterando o que era o conhecido direito privado para um direito social, onde o bem da coletividade está em primeiro plano em todas as relações contratuais e de consumo.<sup>267</sup>

Assim, o princípio da função social se tornou regra geral na legislação, visando proteger tanto as partes envolvidas no contrato como aquelas que podem ser atingidas com tal ato.

Farias e Rosenvald dissertam que:

Como reação a este estado de coisas, tal e qual qualquer direito subjetivo, atualmente as obrigações revelam uma função social, uma finalidade perante o corpo social. Para além da intrínseca função da circulação de riqueza, o papel das relações negociais consiste em instrumentalizar o contrato em prol de exigências maiores do

<sup>265</sup> ALCARÁ, Marcos. **A evolução do direito do consumidor**. Disponível em: < [http://www.fmd.pucminas.br/Publicacoes/Publicacoes\\_Discente/DA%20EVOLU%C7%C3O%20HIST%D3RICA%20DO%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR.htm](http://www.fmd.pucminas.br/Publicacoes/Publicacoes_Discente/DA%20EVOLU%C7%C3O%20HIST%D3RICA%20DO%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR.htm) > Acesso em: 22 mar. 2017.

<sup>266</sup> NERY JUNIOR, Nelson. NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código Civil Comentado**. 10. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2013. p. 634.

<sup>267</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 74.

ordenamento jurídico, tais como a justiça, a segurança, o valor social da livre iniciativa, o bem comum e o princípio da dignidade da pessoa humana.<sup>268</sup>

Nessa linha, prioriza-se a função social do contrato por estar ligada à função social da propriedade; dessa, por estar ligada à função social da propriedade; dessa maneira tem como o “escopo promover a realização de uma justiça comutativa, aplainando as desigualdades substanciais entre os contraente”<sup>269</sup>.

O princípio da função social do contrato tem como objetivo a interpretação dos contratos num contexto social e não individual como era no Código Civil de 1916.

Tartuce afirma que a “função social do contrato – princípio contratual de ordem pública pelo qual o contrato deve ser necessariamente, interpretado e visualizado de acordo com o contexto da sociedade”.<sup>270</sup>

Nesse sentido, pode-se salientar que a função social e os novos princípios vieram para assegurar aos contratantes uma igualdade, não podendo, assim, haver uma onerosidade excessiva a uma das partes no negócio jurídico pactuado; no entanto o novo princípio não está disposto somente no art. 421, do Código Civil. A função social aparece também no art. 2.035<sup>271</sup>. Corroborando com tal artigo Gomes avalia:

Trata-se, como é evidente, de norma de ordem pública, como esclarece o art. 2035, parágrafo único, do mesmo Código. A locução “função social” traz a ideia de que o contrato visa a atingir objetivos que, além de individuais, são também sociais. O poder negocial é, assim, funcionalizado, submetido a interesse coletivo ou sociais.<sup>272</sup>

Diante do exposto, Gomes compreende que, a função social, vem para adaptar a relação contratual à ordem econômica na busca de uma justiça social, prevista no art. 170, *caput* da Constituição Federal. Assim busca uma existência digna, dentro de uma órbita de justiça social.

Além do princípio da função social, outro princípio foi adotado nas mudanças do direito individual para o social, que é a inserção do princípio da solidariedade.<sup>273</sup>

<sup>268</sup> FARIAS, Cristiano Chaves de. ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil: contratos teoria geral e contratos em espécies**. 2. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm, 2012. v. 4. p. 200.

<sup>269</sup> GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil 1: esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2011. v. 1. p. 686.

<sup>270</sup> TARTUCE, Flávio. **Função social dos contratos: do código de defesa do consumidor ao código civil de 2002**. São Paulo: Método, 2007. p. 415.

<sup>271</sup> BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o código civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 25 fev. 2017.

<sup>272</sup> GOMES, Orlando. **Contratos**. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007. p. 48.

<sup>273</sup> CARDOSO, Alenilton da Silva. **Princípio da solidariedade: a confirmação de um novo paradigma**. Revista DIREITO MACKENZIE. v. 6, n. 1, p. 10-29. p. 14.

Dessa forma, visto a função social, necessário se faz entrar na sua função solidária que, segundo Cardoso:

O princípio da solidariedade, pois, antes de ser princípio, orienta o direito em um sentido de valor, revela que o reconhecimento da dignidade é uma forma de preservação da vida e da liberdade com igualdade, e, se assim é, preceitos como justiça, ética e valor da pessoa humana constituem a base fundamental para que o direito opere, de fato, como fator de transformação social.<sup>274</sup>

A mudança com a Constituição de 1988 e o Código Civil de 2002, trouxeram contribuições para o mundo jurídico, com a mudança de paradigma, colocando os direitos da sociedade, ou chamados coletivos, em primeiro lugar, sempre acima do interesse do indivíduo; dessa forma, necessário se faz analisar as ação de modo a não prejudicar o outro, assumindo um papel de cooperação, visando uma responsabilidade social, primando sempre, pela igualdade substancial entre todos.<sup>275</sup>

A função solidária é orientadora do direito, pois busca o reconhecimento da dignidade e a ética da pessoa humana, fornecendo condições para que o direito opere. Nesse enfoque realiza uma transformação social, junto à sociedade, garantindo uma maior igualdade entre as pessoas.<sup>276</sup>

No pilar social, a chamada inclusão social, garante uma melhor qualidade de vida a todos, não fazendo distinções, fornecendo trabalho digno com o cumprimento das normas vigentes. Nessa linha Cardoso assim se expressa: “Somente com base no reconhecimento dos direitos do próximo que o ser humano poderá fazer da sociedade um ambiente propício à justiça e à segurança, e, para tanto, o comportamento de solidariedade é o caminho mais adequado.”<sup>277</sup>

O papel dos princípios acima é garantir uma maior proteção da coletividade e sociedade, tentando evitar abusos de direitos que possam atingir outras pessoas que não estão envolvidas na relação contratual ou de consumo.

## 2.5 DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

<sup>274</sup> CARDOSO, Alenilton da Silva. **Princípio da solidariedade**: a confirmação de um novo paradigma. Revista DIREITO MACKENZIE. v. 6, n. 1, p. 10-29. p. 14.

<sup>275</sup> CARDOSO, Alenilton da Silva. **Princípio da solidariedade**: a confirmação de um novo paradigma. Revista DIREITO MACKENZIE. v. 6, n. 1, p. 10-29. p. 12.

<sup>276</sup> CARDOSO, Alenilton da Silva. **Princípio da solidariedade**: a confirmação de um novo paradigma. Revista DIREITO MACKENZIE. v. 6, n. 1, p. 10-29. p. 14.

<sup>277</sup> CARDOSO, Alenilton da Silva. **Princípio da solidariedade**: a confirmação de um novo paradigma. Revista DIREITO MACKENZIE. v. 6, n. 1, p. 10-29. p. 16.

Com a criação do Código de Defesa do Consumidor o legislador buscou dar ampla proteção ao consumidor, parte mais fraca na relação de consumo, considerado vulnerável diante do fornecedor, detentor de maior poder econômico, informacional, jurídico e técnico.

Diante do processo de produção em massa, na período pós-revolução industrial do aço e do carvão, o consumidor ficou desprovido de proteção, assim necessitando que o Estado interviesse para garantir o equilíbrio na relação de consumo; dessa maneira, conferiu direitos ao consumidor sujeito vulnerável, da relação de consumo e instituiu deveres aos fornecedores.<sup>278</sup>

Sendo assim, nas palavras de Cabral e Rodrigues, “a vulnerabilidade é um traço objetivo, universal, comum a todo consumidor”<sup>279</sup>. Então, considera-se o consumidor vulnerável nas relações de consumo, e diante disso, em sequência ao aludido artigo e seus incisos nota-se a intervenção estatal para a proteção do consumidor e o bom andamento do desenvolvimento da economia nacional, contemplando o princípio da boa-fé, equilibrando as relações consumeristas.

Dessa maneira, consagrou-se a proteção dos direitos do consumidor no artigo 6º do capítulo III do Código de Defesa do Consumidor com o título “Dos Direitos Básico do Consumidor”, onde foram colocados vários direitos que serão melhor analisados a seguir um por um, para melhor compreensão.

Necessário se faz conceituar o que são considerados como direitos básicos para o consumidor, e que nas palavras de Cavallieri Filho é; “(...) são aqueles mínimos, materiais ou instrumentais, relacionados a direitos fundamentais universalmente consagrados que, diante de sua relevância social e econômica, pretendeu o legislador ver expressamente tutelados.”<sup>280</sup>

No inciso I do artigo 6º o legislador buscou dar proteção ao bens preciosos do consumidor que é a vida, saúde e segurança, bens que deverão protegidos contra os riscos de produtos e serviços perigosos e nocivos.

O direito à vida, saúde e segurança são considerados inalienáveis e fazem parte do bem maior previsto na Constituição Federal que é o da dignidade da pessoa humana.<sup>281</sup>

Estando em uma sociedade de risco, onde produtos e serviços que são colocados no mercado são perigosos e danosos ao consumidor, sendo necessário os cuidados com a prevenção ou segurança, pois em toda a cadeia de fornecedores deverá sempre ser aplicado o

<sup>278</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 232.

<sup>279</sup> CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor. **Revista de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**, Porto Alegre, n. 42, Magister, p. 35-58, dez./jan. 2012. p. 43.

<sup>280</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 90.

<sup>281</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 93.

dever de segurança com os produtos colocados no mercado de consumo.<sup>282</sup>

Assim, o inciso I do artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor tem como ponto principal a proteção da segurança nos produtos e serviços colocados no mercado, visando o bem estar e saúde dos consumidores.

No inciso II do artigo 6º, o legislador buscou proteger o direito a educação para uma adequada compra, garantido um consumo consciente de produtos e serviços inseridos no mercado de consumo e assegurando a liberdade de escolha com paridade nas contratações.

O direito à educação está previsto também no artigo 205 da Constituição Federal de 1988, e é dever do Estado fornecer educação adequada para um pleno desenvolvimento da pessoa.

A educação que se busca é para que o direito de escolha do consumidor seja protegido, garantindo uma liberdade na hora de comprar um produto ou serviço, buscando sempre uma qualidade satisfatória com preços competitivos.<sup>283</sup>

Cavallieri Filho expõe que:

(...) aumentado os níveis de conhecimento e de informação do consumidor, também se aumenta o seu poder de reflexão e de formação de um juízo crítico sobre a oportunidade e a conveniência da contratação, a fim de que possa o mesmo, dentre os diversos produtos e/ou serviços colocados no mercado a sua disposição, escolher, em manifestação de vontade formal e materialmente livre, esclarecida e portanto, consciente, aquele que melhor se ajuste às suas necessidades.<sup>284</sup>

No mesmo inciso busca-se garantir o que o Código de Defesa do Consumidor prega uma disparidade com os consumidores, pois todos deverão ser tratados da mesma maneira, não podendo o fornecedor fazer qualquer discriminação, admitido apenas tratamento diferenciado aqueles que necessitam como idosos, gestantes e crianças, dentro do que preceitua o princípio da isonomia.<sup>285</sup>

Em se tratando de igualdade, não se pode deixar de lado a questão que dentro da relação de consumo existem os consumidores que são considerados mais frágeis do que outros, podendo ser denominados de hipervulneráveis, ou seja, criança, idoso entre outros.<sup>286</sup>

O artigo 6º, inciso III vem dispor acerca do direito à informação, direito este que rege o atual ordenamento, pois quem possui a informação nessa nova era digital é que sempre será considerado mais forte, sendo que informação é poder.

<sup>282</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 77.

<sup>283</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2006. p. 43.

<sup>284</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 94.

<sup>285</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 142.

<sup>286</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 237.



O fornecedor deve se preocupar em transmitir a correta informação de seus produtos e serviços especificando adequadamente e com clareza, quantidade, característica, composição, qualidade, tributo incidente e preço, não podendo deixar de lado os possíveis risco que o produto e serviço podem causar aos consumidores.

A informação protegida pelo Código de Defesa do Consumidor é referente ao consumidor, pois este necessita ser informado de forma adequada e clara sobre os produtos e serviços que está adquirindo, visto que o fornecedor não é vulnerável na parte informacional, sendo na verdade expert devendo agir de com a boa-fé na ora de informar seus consumidores.<sup>287</sup>

O direito da informação deriva da vulnerabilidade do consumidor, pois o consumidor não possui as informações necessárias sobre o produto e serviço ficando tal encargo ao fornecedor que deve informar tudo sobre o produto e serviço como forma de garantir com que o consumidor possa fazer uma escolha consciente na hora da compra.<sup>288</sup>

A informação está prevista em todo o Código de Defesa do Consumidor desde a fase pré-contratual, contratual e pós-contratual, de forma a garantir que o consumidor não seja lesado por falta de informação, assim, quando um fornecedor oferece seu produto mediante uma oferta ele deve fornecer toda as informações existentes para que não venha ludibriar o consumidor, fazendo com que o mesmo adquira seus produtos, ou serviços de forma equivocada, por falta de uma correta informação.<sup>289</sup>

Almeida descreve que: “(...) o consumidor deve conhecer os dados indispensáveis sobre produtos ou serviços para atuar no mercado de consumo e decidir com consciência.”<sup>290</sup>

O inciso IV do artigo 6º, dispões sobre a da publicidade enganosa e abusiva, a qual é vedada a sua utilização, não podendo conter informações desleais ou coercitivas, e as cláusulas ou práticas abusivas.

Para melhor explicar o inciso IV é importante fazer algumas conceituações como a de publicidade que é toda: “(...) a informação veiculada ao público consumidor com o objetivo de promover comercialmente e, ainda que indiretamente, produto ou serviço disponibilizado ao mercado de consumo.”<sup>291</sup>

Diante de tal fato, publicidade enganosa é toda modalidade informativa ou de

<sup>287</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 79.

<sup>288</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 96.

<sup>289</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 80.

<sup>290</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2006. p. 43.

<sup>291</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 457.

comunicação, com fins de publicidade inteira ou parcial que, omitir informações que levem o consumidor ao erro sobre as principais características do produto ou serviço que está sendo divulgado.<sup>292</sup>

Cavallieri Filho manifesta o entendimento de que esse direito básico está ligado à boa-fé para ele:

(...) a boa-fé espargue seus efeitos às práticas que antecedem ao início de qualquer relação jurídica de consumo. A ética, a honestidade, a lealdade, a transparência, o respeito ao consumidor devem imperar mesmo na fase pré-contratual – ou extracontratual, como preferem alguns. É nessa fase preliminar do processo de formação da relação de consumo que atuam os fornecedores na tentativa de captar a manifestação de vontade do consumidor. Nela produtos e serviços são apresentados e oferecidos, orçamentos são elaborados. Estratégias de marketing das mais variadas são empregadas com vista à condução do consumidor à concretização do negócio jurídico e à prática do ato de consumo.<sup>293</sup>

Por isso o Código de Defesa do Consumidor trouxe a proteção contra a publicidade enganosa, por se tratar de direito que assegura outro direito, como o da segurança, devendo o fornecedor manter a segurança de seus produtos e serviços, de forma a não ocultar informações que poderão ser prejudiciais à vida, saúde e segurança do consumidor. Se a publicidade não fornecer dados corretos da qualidade e funcionamento o consumidor poderá ser lesado por ser vulnerável e não conhecer as informações técnicas essenciais para a correta utilização do produto.<sup>294</sup>

Dentro do mesmo inciso é tratada a publicidade abusiva que pode ser do tipo discriminatória, que incite à violência, explore o medo, superstição ou ainda aquela que, de forma encoberta se aproveita das crianças, ou descuidam do valores ambientais e cause danos à saúde e segurança do consumidor.

É de se observar que todas as situações acima apresentadas estão ligadas às ofensas de valores constitucionais, sendo eles ambientais, éticos e sociais protegidos também pela Constituição Federal.<sup>295</sup>

Como pode-se analisar a publicidade abusiva pode ser por meio discriminatório que se relaciona à etnia, sexo, profissão, situação econômico-social, orientação religiosa, política e outras. Um exemplo é o caso do Habib's que teve que indenizar a comunidade portuguesa por veicular uma publicidade discriminatória.

<sup>292</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

<sup>293</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 99.

<sup>294</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 143.

<sup>295</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 139.

Outra situação elencada é a publicidade que incite à violência. Nas palavras de Bolzan: “(...) não apenas a violência entre seres humanos, mas também as agressões destes contra animais darão ensejo à caracterização de uma mensagem ilícita. A depredação de bens poderá ainda gerar este exemplo de publicidade abusiva.”<sup>296</sup>

Acrescente-se ainda a exploração do medo e superstição, que seria aquele tipo de publicidade onde o fornecedor tenta demonstrar o medo que a situação pode causar ao consumidor, como em um furto de veículo, onde bandidos agem sem piedade para com seus familiares e crianças. Essa publicidade teria um único fim, qual seja, a tentativa de venda de um produto contra furto ou que de o posicionamento do bem furtado ou roubado.<sup>297</sup>

Esse tipo de publicidade é considerada abusiva, pois baseia-se no medo incutido na cabeça do consumidor, deixando sem uma correta escolha do produto, comprando de forma pressionada pelo fornecedor.

Outra hipótese aplicada pelo Código de Defesa do Consumidor é a publicidade dirigida às crianças, cujo discernimento é deficiente, não tendo um correto julgamento. Porém, tal situação está protegida pela decisão recente do Superior Tribunal de Justiça que proibiu as publicidades dirigidas às crianças, decisão que foi tratada no processo de Ação Civil Pública movida pelo Ministério Público em face da Campanha da Bauducco.<sup>298</sup>

No julgamento a 2º Turma do STJ assim concluiu:

A turma concluiu pela abusividade de propaganda que condicionava a compra de um relógio de um personagem infantil à aquisição de cinco biscoitos. E não ficou por aí a decisão. Com efeito, os ministros assentaram que a publicidade dirigida às crianças ofende a Constituição e o CDC.<sup>299</sup>

Já as publicidades abusivas que desrespeitam os valores ambientais e que podem causar danos à saúde e a vida do consumidor podem ser consideradas aquelas que divulgam produtos como tabaco, bebida alcoólica, agrotóxico e medicamentos, produtos estes que são regulados pela Constituição Federal desta forma será sempre necessário que em suas publicidades constem a conhecida advertência “sobre a nocividades decorrentes de seu

<sup>296</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 478.

<sup>297</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 478.

<sup>298</sup> **Julgamento histórico: STJ proíbe publicidade dirigida às crianças. Disponível em:** < <http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI235576,101048-Julgamento+historico+STJ+proibe+publicidade+dirigida+as+criancas> >. Acesso em: 30 jan. 2017.

<sup>299</sup> **Julgamento histórico: STJ proíbe publicidade dirigida às crianças. Disponível em:** < <http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI235576,101048-Julgamento+historico+STJ+proibe+publicidade+dirigida+as+criancas> >. Acesso em: 30 jan. 2017.

uso”.<sup>300</sup>

Analisados as situações de publicidades enganosa e abusivas previstas no artigo 6º, inciso IV do Código de Defesa do Consumidor, passa-se a analisar a proteção contra as práticas e cláusulas abusivas.

Como pode-se ver o fornecedor deve se privar na utilização de práticas e cláusulas abusivas na relação de consumo, pois tais atos são considerados uma afronta ao direito do consumidor.

Cavallieri Filho conceitua as práticas abusivas como:

(...) ações ou condutas do fornecedor em desconformidade com os padrões de boa conduta nas relações de consumo. São práticas que, no exercício da atividade empresaria, excedem os limites dos bons costumes comerciais e, principalmente, da boa-fé, pelo que caracterizam o abuso do direito, considerado ilícito pelo art. 187 do Código Civil.<sup>301</sup>

Nessa linha, o fornecedor que se utiliza de práticas abusivas, lesa o consumidor, situação que dá ensejo até mesmo para uma possível reparação civil.

Em se tratando das práticas abusivas o Código de Defesa do Consumidor dispõe dos tipos, considerados na lei, que estão dispostas no artigo 39 e seus incisos, contendo treze situações consideradas práticas abusivas.

Assim, pode-se afirmar que qualquer comportamento do fornecedor que não estiver de acordo com a boa conduta, que não preserve a boa-fé objetiva, estará cometendo prática abusiva; isso porque as práticas comerciais devem seguir a aplicação da transparência e boa-fé orientando todas as relações comerciais.<sup>302</sup>

O Código de Defesa do Consumidor estabeleceu ainda a proteção contra as cláusulas abusivas, ou seja, dentro da relação contratual ficam vedadas cláusulas, cuja a finalidade seja prejudicar, retirar ou privar direitos dos consumidores.

Com o aumento da produção em massa o fornecedor percebeu que elaborar um contrato para cada consumidor ficou fora de cogitação, pois vendas em massa, necessitavam de contratos em massa, assim, foi necessário padronizar os contratos, criando os chamados contratos de adesão, que segundo o Código de Defesa do Consumidor são aqueles que as cláusulas são aprovadas por autoridades competentes ou de forma unilateral pelo fornecedor,

<sup>300</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 140.

<sup>301</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 149.

<sup>302</sup> NETO VERTORE, Hilário. **Obsolescência planejada: o lançamento de tecnologias obsoletas e a lesão ao consumidor**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016. p. 57.

não cabendo ao consumidor discutir ou modificar o seu conteúdo.<sup>303</sup>

Nessa nova forma de contrato, nascem também as cláusulas abusivas que, por não ter condições de modificação pelo consumidor, são inseridas no contrato ferindo seus direitos protegidos pelo Código.

Segundo Bonzan: “(...) o consumidor tentar prevalecer-se da fragilidade do consumidor, praticará conduta ilícita que, estando expressa num contrato de consumo, receberá a denominação cláusula abusiva.”<sup>304</sup>

O Código de Defesa do Consumidor trouxe um rol extensivo de cláusulas consideradas abusivas, cuja relação está prevista no artigo 51, que dispõe que todas as cláusulas abusivas serão nulas de pleno direito. Esse rol não é fechado, pois quando o legislador estabeleceu cláusulas abusivas o mesmo deixou em aberto com a expressão “entre outras”, podendo ser consideradas outros tipos que não estejam previstas no Código.<sup>305</sup>

Destarte que o que existe é uma intervenção estatal de forma a proteger o consumidor, parte vulnerável na relação de consumo, de abusos pela elaboração dos chamados contratos de adesão, evitando que exista algum tipo de lesão de direitos, proibindo certas condutas e restabelecendo a paridade entre os sujeitos da relação de consumo.<sup>306</sup>

Outro direito básico do consumidor estabelecido no artigo 6º, inciso V, foi a possibilidade de modificação de cláusulas que apresentem desproporcionalidade, ou ainda a possibilidade de revisão quando existam fatos supervenientes, causando uma onerosidade excessiva ao consumidor.

Para melhor expor sobre este inciso, é preciso considerar que essas possibilidades de modificar e revisar buscam efetivar a aplicação do princípio da conservação do contrato previsto no artigo 52, § 2º do Código.<sup>307</sup>

Marques, Bessa e Bejamin, escrevem que:

(...) a possibilidade da revisão judicial da cláusula de preço, que era equitativa quando do fechamento do contrato, mas que em razão de fatos supervenientes tornou-se excessivamente onerosa para o consumidor. A onerosidade excessiva e superveniente que permite o recurso a esta revisão judicial é unilateral, pois o art. 6º do CDC institui direitos básicos apenas para o consumidor.<sup>308</sup>

<sup>303</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

<sup>304</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 631.

<sup>305</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2006. p. 110.

<sup>306</sup> ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2006. p. 110.

<sup>307</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 244.

<sup>308</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Cláudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 84.

Enquanto que no Código Civil é necessário que haja algum tipo de disparidade na celebração do contrato através de defeito do negócio jurídico que poderá ser por meio de lesão, estado de perigo ou por dolo. No Código de Defesa do Consumidor basta apenas, e tão somente, a mera desproporção que já será autorizada a modificação da cláusula.<sup>309</sup>

Outra hipótese prevista no inciso em comento é a possibilidade da revisão de cláusulas contratuais. Tal direito está em completa harmonia com os princípios da boa-fé objetiva, equilíbrio contratual e vulnerabilidade, pois busca criar uma sintonia com o princípio da isonomia, restabelecendo a harmonia na relação de consumo.<sup>310</sup>

Já o inciso VI do artigo 6º, buscou garantir ao consumidor a possibilidade de reparação por danos que tenha sofrido, seja patrimonial, moral, individual ou coletivo e difuso.

Como pode-se ver o Código de Defesa do Consumidor garantiu um rol de direitos básicos para o consumidor, porém de nada adiantaria se não fosse autorizada a reparação contra qualquer descumprimento por parte do fornecedor; desse modo, foi estabelecido que o consumidor poderá ver seu direito reparado em caso de sofrer algum dano, podendo ser de forma individual ou coletiva.

A reparação do dano causado deverá a total reparação do bem lesado, ou seja, deve reparar integralmente o consumidor, podendo ser colocado danos emergentes e lucros cessantes, dessa maneira será cumprido a efetiva proteção à reparação.<sup>311</sup>

O Superior Tribunal de Justiça entende através de sua Súmula 387 a possibilidade de cumulação de danos estéticos e morais, como forma de garantir uma maior proteção nas ações reparatórias.

Bolzan expressa que é:

(...) imprescindível a utilização de todas as regras de boa conduta para que os danos no mercado de consumo sejam evitados.

(...)

O dever de prevenir danos recai sobre o fornecedor e também sobre o Estado. O primeiro deve se abster de colocar no mercado produtos e serviços com alto grau de nocividade ou periculosidade, nos termos do art. 10, caput, do CDC.

(...)

Ao Poder Público, na condição de responsável pela defesa do vulnerável da relação jurídica de consumo, caberá implementar por meio de seus órgãos competentes a efetiva fiscalização pelo seu poder de polícia daquilo que for fornecido ao consumidor.<sup>312</sup>

<sup>309</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 245.

<sup>310</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 146.

<sup>311</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 148.

<sup>312</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014. p. 250.

O juiz ao reparar um consumidor deve cuidar-se, pois quando se trata de danos materiais é fácil sua restituição, pois basta a comprovação do dano e o valor o qual deverá ser pago pelo fornecedor. Mas quando se trata de danos morais é necessário que o valor arbitrado não insignificante que possa gerar como consequência o usual “dá nada não”; também não poderá ser um valor exorbitante que gere locupletamento ilícito, assim sendo necessária a moderação na hora de aplicar a reparação.<sup>313</sup>

A Lei ainda estabeleceu a reparação de danos da coletividade, pois um exemplo seria quando o fornecedor coloca um produto no mercado e por análise do IMETRO verifica-se que o mesmo possui um defeito que gerou prejuízo a uma coletividade de consumidores; essa situação poderá ser reparada de forma coletiva pela empresa.

Para que exista a reparação coletiva no âmbito do direito do consumidor será necessário que seja impetrada a ação civil pública coletiva que poderá ser proposta por todos os sujeitos previstos no artigo 82 e seus incisos do Código de Defesa do Consumidor.

Foi estabelecido no artigo 6º, inciso VII do Código de Defesa do Consumidor o direito ao acesso à justiça, direito constitucionalmente reconhecido segundo o qual o Estado não poderá deixar de apreciar lesão ou ameaça ao direito.

Na Lei consumerista fala-se em acesso aos órgãos do judiciário e administrativos, esse último, conhecido como PROCONS, previstos no Código.

O acesso à justiça previsto no Código de Defesa do Consumidor é amplo, garantindo ao consumidor a assistência de defensor público, isenção de taxas e custas para fins de evitar onerar a reparação dos danos sofridos.<sup>314</sup>

Para garantir o completo acesso à justiça o Código de Defesa do Consumidor estabeleceu em seu artigo 5º e inciso como forma de Política Nacional das Relações de Consumo que fossem garantidos instrumentos como, assistência jurídica, integral e gratuita, criação de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, delegacias de defesa do consumidor, criação dos Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas especializadas e estímulos à criação de associações de proteção do consumidor.

Todas medidas estão sendo utilizadas como forma de garantir um amplo acesso ao consumidor à proteção e reparação de seus direitos estabelecidos na legislação consumerista.

Está previsto no artigo 6º, inciso VIII a garantia do consumidor da facilitação na defesa de seus direitos, sendo garantida a inversão do ônus da prova em seu favor quando o juiz analisar a alegação verossímil, ou quando o consumidor for hipossuficiente.

---

<sup>313</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 104.

<sup>314</sup> NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 149.

A inversão do ônus da prova como direito básico do consumidor tem como papel a aplicação do princípio da vulnerabilidade do consumidor, pois visa reequilibrar a relação de consumo na área técnica e informacional, pois em muitos casos o fornecedor é detentor de informações privilegiadas a que o consumidor não tem acesso; assim necessita requerer a inversão do ônus para que possa ser juntado como prova documentos de suma importância para o deslinde da ação.<sup>315</sup>

O direito da facilitação do consumidor é em decorrência da sua hipossuficiência e vulnerabilidade técnica e fática, pois visa garantir a efetivação do processo.<sup>316</sup>

Diga-se que o direito de inversão do ônus da prova é considerado um dos principais direitos do consumidor dentro do Código de Defesa do Consumidor, pois visa evitar que o consumidor tenha que fazer a apresentação de prova custosa que seria de maior facilidade ao fornecedor.<sup>317</sup>

Em regra processual quem deve provar seu direito é quem alega, ou seja, o com artigo 373 do Código de Processo Civil dispõe que o ônus da prova é do autor quando quiser garantir fato constitutivo de seu direito, e do réu, quando na busca de sua defesa alegar fato impeditivo.

Com o dispositivo do Código de Defesa do Consumidor o juiz poderá inverter esse ônus quando as alegações forem verossímeis. Para a legislação leia-se a possibilidade de ser verdadeiro, ou melhor, é uma persuasão de forma convincente do direito alegado, algo que deixa nítido para o juiz o direito prejudicado.

Uma situação que pode demonstrar a verossimilhança seria no caso de ação proposta por um consumidor contra uma marca de veículo alegando que seu veículo apresenta problemas na direção, causando um acidente e prejudicando sua segurança e de sua família. Junto com o seu pedido o consumidor junta página da empresa informando uma chamada para o Recall de veículos do mesmo modelo que apresentam problemas na direção.

O outro requisito para inversão do ônus da prova é a hipossuficiência que nas palavras de Cavallieri Filho é: “(...) o agravamento da situação de vulnerabilidade, um plus, uma vulnerabilidade qualificada. Além de vulnerável, o consumidor vê-se agravado nessa situação por sua individual condição de carência cultural, material ou ambos.”<sup>318</sup>

Nessa linha, a hipossuficiência seria a falta de conhecimento técnico do produto ou do

<sup>315</sup> ALVIM, Arruda et al. **Código do consumidor comentado**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995. p. 68-69.

<sup>316</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 106.

<sup>317</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 93.

<sup>318</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 47.



serviço que o consumidor está adquirindo, dessa forma se torna frágil dentro da relação, tendo portanto, a garantia da inversão do ônus da prova.<sup>319</sup>

Apresentado os requisitos o juiz concederá a inversão do ônus da prova, garantindo o direito básico do consumidor, facilitando a sua defesa de acordo com o que estabelece a legislação.

Por último o artigo 6º, inciso X vem dispor da adequada e eficaz prestação dos serviços públicos, que de acordo com o Código deverá ser seguida à risca sob pena de reparação.

O Poder Público também deve seguir alguns requisitos para que não seja aplicado o Código de Defesa do Consumidor contra ele, e os pontos importantes a serem seguidos são adequação e eficiência em todos os serviços prestados.

Quando se fala em eficiência deve se ater a uma atividade administrativa que busca o melhor desempenho em tudo que faz, visando sempre melhores resultados nas atividades estatais, pois está tratando de direitos da coletividade.<sup>320</sup>

Mas para o Código de Defesa do Consumidor a prestação de serviço público não basta ser adequada, ou estar à disposição dos consumidores, existe a necessidade de que o serviço prestado seja eficiente.<sup>321</sup>

No caso, considera-se que uma concessionária de serviço de distribuição de água presta um serviço público possuindo serviço em toda uma cidade, não deixando nenhuma casa sem a ligação do sistema de água, ou seja, existe a adequação do serviço, porém falta água toda a semana na cidade por problemas da bomba que faz o bombeamento da água para o sistema de distribuição, dessa maneira, o serviço é adequado, porém não é eficiente, podendo ocasionar ações de reparação pelos danos causados ao consumidor pela falta do recebimento de água em sua residência.

Ainda sobre o tema, o Código de Defesa do Consumidor prevê em seu artigo 22 que as concessionárias, permissionárias empresas e órgãos públicos deverão prestar serviço adequado, eficiente, seguro e quanto os essenciais contínuos.<sup>322</sup>

Diante disso, quando se conceituou fornecedor previa-se que o Poder Público nessa qualidade, com a produção de produtos e serviços que estão sujeitos às normas do Código de Defesa do Consumidor, desde que sejam atividades que não é remunerada por imposto, taxa e

---

<sup>319</sup> NUNES, Rizatto. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 152.

<sup>320</sup> CARVALHO, Mateus. *Manual do direito administrativo*. 3. Ed. Salvador. Juspodivm. 2016. p. 70.

<sup>321</sup> NUNES, Rizatto. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 156.

<sup>322</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm) >. Acesso em: 15 nov. 2016.

contribuições de melhorias.<sup>323</sup>

Assim, o art. 6º, inc. X, trata que o Poder Público também deve adaptar os seus fornecimentos de serviços públicos, podendo ser responsabilizado por tal descumprimento. Nessa forma pode-se ver os direitos trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 6º e seus incisos, acima citados.

Ainda sobre a proteção do consumidor o art. 47 do Código de Defesa do Consumidor, em que traduz as cláusulas contratuais, leciona que serão interpretadas de forma em que seja mais favorável ao consumidor, pois este é a parte vulnerável nas relações de consumo e porque não há possibilidade de manipular essas cláusulas que às vezes já estão estipuladas não podendo ser modificadas.<sup>324</sup>

Diante disso, Cabral e Rodrigues traduzem a nova lei de proteção ao consumidor apontando o objetivo maior do Código de Defesa do Consumidor, qual seja:

(...) equilibrar o consumidor e o fornecedor, devido à desigualdade entre as partes na relação de consumo, em que uma parte é detentora dos mecanismos de induzimento ao consumo, representado pelo fornecedor, enquanto a outra é a todo instante convidada ao consumo, sendo necessário dotá-lo de certos instrumentos para que possa melhor defende-se.<sup>325</sup>

O Código de Defesa do Consumidor tem como função de reger as relações de consumo, protegendo o consumidor, parte vulnerável nas relações consumeristas, e inibir o poder coercitivo dos fornecedores sobre os consumidores, assim normatizando os modos de como esses devem agir para que possa-se cumprir os regramentos adotados pela lei consumerista.

Nessa esteira, fica ainda explicitado no artigo 7º do Código de Defesa do Consumidor que os direitos já referidos não excluem outros que forem instituídos por Tratados, Convenções Internacionais, cujo o Brasil faça parte ou seja signatário.

Destarte que em caso do Brasil aderir algum tipo de Tratado ou Convenção que estabeleça novo tipo de proteção do consumidor, esse, mesmo que não esteja previsto no

<sup>323</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Capítulo III**: dos direitos básicos do consumidor. In: GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. **Código de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 116-142. p.135.

<sup>324</sup> BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

<sup>325</sup> CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor. **Revista de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**, Porto Alegre, n. 42, Magister, p. 35-58, dez./jan. 2012. p. 43.

artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, será seguido como se estivesse, pois todo o tipo de garantia e proteção ao consumidor se mostra útil, pois a sua vulnerabilidade é fato que segue junto por toda as suas aquisições de produtos e serviços, estando sempre em desigualdade com o fornecedor.

Com as grandes alterações ocorridas no mundo, por causa do fenômeno da globalização, onde a ordem econômica teve uma drástica alteração movida pelo capitalismo, os Estados passaram a ter uma ligação maior com os novos meios de tecnologia, TV, rádio e internet, favorecendo essa abertura de mercado.

Dessa nova realidade nasce a chamada sociedade de consumo movida pelo consumo em massa em grande escala com a finalidade de manter ativamente o capitalismo, inserindo nos consumidores uma infelicidades de forma que os mesmo busquem adquirir mais e mais em busca de suprir mais insatisfações.

Essa nova alteração, porém, é vista como prejudicial ao sistema de consumo, pois o consumidor passa a ser uma mera marionete do fornecedor, comprando aquilo que lhe é colocado como sendo o que necessita.

Diante de tal mudança o legislador passa a criar mecanismos para a equilibrar a relação de consumo existente, garantindo proteção ao consumidor, proteções essas que surgem com o Código de Defesa do Consumidor que prevê grandes garantias ao consumidor, tentando gerar uma segurança na esfera consumerista.

Após tecer breves informações das proteções dos consumidores, passa-se a análise da prática da obsolescência programada focando o que ela afeta no consumo sustentável de modo que o futuro do planeta pode estar em perigo iminente.

### 3. A PRÁTICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

No capítulo anterior verificou a evolução histórica das proteções do direito do consumidor, abordando a parte histórica até a criação do Código de Defesa do Consumidor no Brasil, verificou os sujeitos e objeto do Código, além dos princípios e direito previstos que são utilizados para a proteção do consumidor.

No terceiro capítulo será analisada a prática da obsolescência programada na sociedade de consumo, primeiramente conceituando tal estratégia, passando por sua evolução histórica e seus tipos.

Em um segundo ponto, será apresentada uma pesquisa feita pelo sistema de Formulário Google, onde buscou-se analisar o conhecimento dos consumidores sobre a prática em comento, se já foram afetados por ela, qual tipo de produto sofreu a redução de vida útil e se foram resolvidos os seus problemas.

Depois se verificará sobre a sustentabilidade, estudo que será feito dentro de seu tripé ambiental, econômico e social, analisando os principais impactos da obsolescência programada, no intuito de esclarecer o quanto a prática da obsolescência programada está na contramão do consumo sustentável.

#### 3.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Antes de entrar na evolução histórica da obsolescência programada é necessário que tal prática seja conceituada e seus impactos nos o aspectos econômico, social e ambiental.

A prática da obsolescência programada é a “(...) redução artificial da durabilidade dos bens de consumo, para que induza os consumidores a adquirirem produtos substitutos antes do necessário e por consequência, com mais frequência do que normalmente o fariam.”<sup>326</sup>

Dessa forma, a obsolescência programada é uma forma que o produtor utiliza, uma estratégia para “encurtar” a vida útil de um produto para que este possa ser substituído em um período menor, garantindo assim, uma maior lucratividade no mercado de consumo, sustentando a sociedade de consumo.<sup>327</sup>

Nessa linha Bellandi e Augustin, ensinam que:

---

<sup>326</sup> MORAES, Kamila Guimarães. **Obsolescência planejada e direito: (in) sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2015. p. 51.

<sup>327</sup> SILVA, Maria Beatriz de Oliveira. **Obsolescência programada e teoria do decréscimo versus direito ao desenvolvimento e ao consumo (sustentáveis)**. In. Revista Veredas do Direito. Belo Horizonte. v. 9, nº 17. P. 181 – 196. Janeiro/Junho de 2012. p. 182.

Obsolescência é a ação ou coisa que se encontra fora de uso, ultrapassado, antiquado. Programação é ação humana de planejamento e execução do que fora planejado.

Assim, *obsolescência programada* seria a ação humana de planejar e determinar o que se tornará obsoleto e ultrapassado sem que a coisa tenha em essência deixado de ser (ou existir).<sup>328</sup> (grifo do autor).

Com tal característica a estratégia da obsolescência programada foi uma prática adotada pelos fornecedores para garantir a sustentação do poder econômico, pois programa o tempo de vida útil de um produto para que este venha a danificar-se. Tornar-se obsoleto, sair da moda, criando na cabeça do consumidor a necessidade pelo novo, incitando-o a adquirir outro.

Um plano que retira do mercado a chamada durabilidade, colocando no plano de consumo uma nova forma de produção, não mais visando uma criação segura e sim uma que logo estrague, ou seja, tomado como ultrapassados para que seja necessário comprar um novo produto.

Em uma sociedade onde o desejo do imediato se torna cada vez mais forte, onde o consumismo toma grandes precedentes nas vidas das pessoas, associado à felicidades e satisfação, onde se coloca como necessidade o consumo para que se possa sentir-se bem consigo mesmo, garantindo assim uma rápida substituição de produtos, esta prática tem se instalado e ganhado novos contornos.<sup>329</sup>

E foi com essa visão que a prática da obsolescência programada adquiriu forças no mundo e está sendo praticada pelas empresas na mera alegação que busca o crescimento econômico, e na necessidade de garantir a felicidade do consumidor.

De acordo com a doutrina e história a prática da obsolescência programada surgiu nos anos de 1920, nos Estados Unidos e Inglaterra, através de um cartel chamado “Phorbeus”, onde se reuniram os maiores produtores de lâmpadas na cidade de Genebra para discutir o tempo de vida útil do produto, pois de acordo com a doutrina as lâmpadas da época tinha duração de 2500 horas.<sup>330</sup>

<sup>328</sup> BELLANDI, Daniel. AUGUSTIN, Sérgio. **Obsolescência programada, consumismo e sociedade de consumo: uma crítica ao pensamento econômico**. In: XXIV Encontro Nacional do CONPEDI/UFS, 2015, Aracaju/SE. **Anais do XXIV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2015. Disponível em: < <http://www.conpedi.org.br/publicacoes/c178h0tg/i9j11a02/WQM34KU694IWz9h9.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017. p. 8.

<sup>329</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiro. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p. 30 – 31.

<sup>330</sup> SILVA, Maria Beatriz de Oliveira. **Obsolescência programada e teoria do decréscimo versus direito ao desenvolvimento e ao consumo (sustentáveis)**. In. Revista Veredas do Direito. Belo Horizonte. v. 9, nº 17. P. 181 – 196. Janeiro/Junho de 2012. p. 182-183.

Assim, por conta da durabilidade da lâmpada ser tão longa o lucro também demoraria a voltar aos produtores; criou-se criar uma lâmpada, cuja duração seria de 1000 horas, sendo que os produtores possuíam tecnologia que poderia tornar a durabilidade maior, mas visavam apenas garantir que em menor período surgiria uma necessidade do consumidor, gerando lucro e movimentando a economia.

Mas foi com a crise de 1929 que a estratégia da obsolescência programada ganhou força. O primeiro nome a se manifestar sobre o assunto foi Bernard London em uma publicação em 1933 com o livro “The New Prosperity”, onde em seu primeiro capítulo descrevia que a depressão de 1929 teria solução, através da obsolescência programada, onde ele expõe que se a população comprasse a indústria cresceria e com isso todos teriam empregos.<sup>331</sup>

Já em 1950 o conhecido desenhista industrial Brooks Stevens, americano, declarou que a economia norte americana era baseada na prática da obsolescência programada, onde a produção era realizada de forma que rapidamente o produto se tornasse obsoleto, velho, forçando as pessoas a adquirir novos produtos em um curto espaço de tempo.<sup>332</sup>

Tal prática foi inserida no mercado como forma de solução para os fabricantes capitalistas e para a movimentação da economia. Dessa maneira, os fabricantes reduziram a vida útil dos produtos de forma proposital para que durassem menos e logo fossem descartados e substituído por outro fomentando o consumo.<sup>333</sup>

Diante do crescimento e sucesso da prática os consumidores passaram a consumir mais, e era essa mensagem que era passada para eles segundo Leonard:

À medida que a produção de Coisas crescia, uma das primeiras mensagens que passaram a ser transmitidas aos consumidores era a de que seria melhor possuir mais de uma unidade de cada produto. Por exemplo, ter um segundo (e depois terceiro, quarto e quinto) maíô, quando a regra anterior era passar muito bem com apenas um. Um segundo carro. E, finalmente, uma segunda casa, com todo um conjunto de objetos novos para preenchê-la.<sup>334</sup>

<sup>331</sup> SILVA, Maria Beatriz de Oliveira. **Obsolescência programada e teoria do descrecimento versus direito ao desenvolvimento e ao consumo (sustentáveis)**. In. Revista Veredas do Direito. Belo Horizonte. v. 9, nº 17. P. 181 – 196. Janeiro/Junho de 2012. p. 183.

<sup>332</sup> DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: la historia secreta de la obsolescencia programada*. Produção de Cosima Dannoritzer. [S.l.] , Arte France, Televisión Española, Televisió de Catalunya, 2011. (52min18s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhdPOAo>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

<sup>333</sup> DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: la historia secreta de la obsolescencia programada*. Produção de Cosima Dannoritzer. [S.l.] , Arte France, Televisión Española, Televisió de Catalunya, 2011. (52min18s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhdPOAo>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

<sup>334</sup> LEONARD. Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**, Tradução Heloisa Mourão. - Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 131.

Nessa esteira, o sistema de produção capitalista vendo a necessidade de aumentar os lucros do mercado empresarial, na ânsia de ganhar mais passa a utilizar práticas para convencer o consumidor de que para ele ajudar a economia, garantir os empregos era preciso comprar; assim passam práticas de estímulos de consumo, onde a melhor difundida é prática da obsolescência programada, com grande força e produzindo um retorno excelente.<sup>335</sup>

Leonard complementa que:

De modo intencional e manipulador, a obsolescência planejada foi concebida para manter o motor da economia em funcionamento. Já em 1960, o crítico social Vance Packard registrava, em seu livro *The Waste Makers*, os primeiros debates sobre o tema. Embora alguns indivíduos se opusessem à estratégia, preocupados com ética e credibilidade profissional, outros a reconheciam como forma legítima de garantir mercados intermináveis para todos os produtos.<sup>336</sup>

Com essa estratégia o capitalismo que passa pelos seus três estágios; comercial, industrial e financeiro consegue se sustentar mesmo depois de inúmeras crises, utilizando-se de novas tecnologias e técnicas comerciais para impulsionar o consumo.<sup>337</sup>

Dessa forma, a sociedade passa para uma lógica da “descartabilidade”, pois com a obsolescência programada os produtos nascem para durarem pouco, rapidamente ser descartado como lixo.<sup>338</sup>

O consumo em massa cresceu após as grandes revoluções e os fabricantes precisavam vender o que produziam e para isso era necessário se utilizar a obsolescência programada para conseguir se desfazer da produção.<sup>339</sup>

Sobre essa afirmação Baudrillard discorre que:

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

---

<sup>335</sup> GONÇALVES JUNIOR, Antonio Otávio Alves. FERREIRA, Marcelo Andrade. **Estratégia de obsolescência programada: uma análise das consequências ambientais e sócio-econômicas**. In. Revista Administração de Empresa. n. 9. 9-25. Curitiba. 2009. p. 5.

<sup>336</sup> LEONARD, Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**, Tradução Heloisa Mourão. - Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 131.

<sup>337</sup> SANTIAGO, Mariana Ribeiro. ANDRADE, Sinara Lacerda. **A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: perspectiva jurídicas do consumismo**. In. Revista Quaestio Iuris. v. 09. Nº 04. Rio de Janeiro. 1771-1786. 2016. p. 1775.

<sup>338</sup> SILVA, Maria Beatriz de Oliveira. **Obsolescência programada e teoria do decrescimento versus direito ao desenvolvimento e ao consumo (sustentáveis)**. In. Revista Veredas do Direito. Belo Horizonte. v. 9, nº 17. P. 181 – 196. Janeiro/Junho de 2012. p. 182.

<sup>339</sup> SANTIAGO, Mariana Ribeiro. ANDRADE, Sinara Lacerda. **A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: perspectiva jurídicas do consumismo**. In. Revista Quaestio Iuris. v. 09. Nº 04. Rio de Janeiro. 1771-1786. 2016. p. 1776.

eram os objetos, instrumentos ou monumentos perenes, que sobreviviam às gerações humanas.<sup>340</sup>

Antes uma geladeira que durava cerca de 30 anos, hoje não passa de 5 ou 6 anos; o televisor, a mesma coisa, e tudo isso em razão da obsolescência planejada; uma realidade que muitos conheciam. Os produtos não são mais feitos para durarem tanto tempo, pois isso não geraria lucro contínuo para as empresas, além de diminuir o capital de giro na economia.

Isto posto, tendo sido analisado, ainda que brevemente, a evolução da prática da obsolescência programada é necessário conceituar os tipos de obsolescência existente no mercado atualmente.

Em se tratando de obsolescência programada, a doutrina (Moraes, Leonard) estabelece que essa prática é utilizada de três maneiras, pela qualidade, pela função e pela desejabilidade ou psicológica.

Com o capitalismo em crise alguns fabricantes precisavam estabelecer uma nova forma para lucrar e fazer a economia voltar nos eixos, desta maneira passaram a se utilizar de técnicas pouco convencionais para estabelecer um aumento no consumo.

O primeiro ponto foi a utilização da obsolescência programada de qualidade que: “(...) ocorre quando o produtor deliberadamente projeta o tempo de vida útil de vida do produto, desenvolvendo técnicas ou materiais de qualidade inferior, antevendo sua quebra ou desgaste para redução de sua durabilidade e aumento dos lucros e das vendas.”<sup>341</sup>

A modalidade de obsolescência programada de qualidade teve início com o lançamento dos veículos de partida elétrica, deixando todos os que eram de tecnologia inferior obsoletos, aumentando a substituição pelos novos modelos, causando um crescimento no mercado de consumo.<sup>342</sup>

Esse tipo de prática pode ser chamada de obsolescência adiada que segundo Santiago e Sinara:

(...) é fato que a obsolescência adiada pode ser enquadrada como um tipo de obsolescência planejada de qualidade, visto que, a fabricante deliberadamente lança no mercado um produto com qualidade tecnológica inferior ao patamar já alcançado

<sup>340</sup>BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução. Artur Morão. Edições 70. Lisboa. 2010. p. 15-16.

<sup>341</sup> MORAES, Kamila Guimarães. **Obsolescência planejada e direito: (in) sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2015. p. 52.

<sup>342</sup> MORAES, Kamila Guimarães. **Obsolescência planejada e direito: (in) sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2015. p. 52.



nas pesquisas, tornando-o indubitavelmente obsoleto pela introdução das melhorias tecnológicas já desenvolvidas antes mesmo do seu lançamento no mercado.<sup>343</sup>

De fato, a obsolescência de qualidade ainda é utilizada, mas além dela existe a obsolescência de função que tem como estratégia a troca de um produto por outro com melhoramentos.

Leonard traz que A obsolescência planejada é diferente da obsolescência tecnológica, que ocorre quando alguns avanços da tecnologia tornam a versão anterior de fato ultrapassada – caso do telefone, que substituiu o telégrafo.<sup>344</sup>

Esse tipo de obsolescência se dá quando o fornecedor já possui uma técnica mais avançada daquele produto, porém lança uma versão anterior para lucrar e logo em seguida coloca a nova tecnologia para tornar a anterior obsoleta gerando um novo consumo, mais lucratividade.

Bellandin e Augustin discorrem que caracteriza-se “obsolescência de função, quando um novo produto, que executa melhor determinada função, torna ultrapassado um produto existente”.<sup>345</sup>

O uso dessa prática não é aceito pela jurisprudência brasileira, mesmo que exista poucos julgados. No julgado de um Recurso de Apelação nº 70046931457 a Décima Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul entendeu que um notebook é um produto em que é inadmissível que apresente problemas em um curto espaço de tempo.<sup>346</sup>

Nessa linha pode-se dizer que tal prática é contrária ao Código de Defesa do Consumidor, violando a durabilidade do produto prevista no artigo 18, onde visa a garantia de qualidade do produto.

---

<sup>343</sup> SANTIAGO, Mariana Ribeiro. ANDRADE, Sinara Lacerda. **A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: perspectiva jurídicas do consumismo**. In: Revista Quaestio Iuris. v. 09. Nº 04. Rio de Janeiro. 1771-1786. 2016. p. 1778.

<sup>344</sup> LEONARD, Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**, Tradução Heloisa Mourão. - Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 131.

<sup>345</sup> BELLANDI, Daniel. AUGUSTIN, Sérgio. **Obsolescência programada, consumismo e sociedade de consumo: uma crítica ao pensamento econômico**. In: XXIV Encontro Nacional do CONPEDI/UFS, 2015, Aracaju/SE. **Anais do XXIV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2015. Disponível em: < <http://www.conpedi.org.br/publicacoes/c178h0tg/i9jl1a02/WQM34KU694IWz9h9.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017. p. 17.

<sup>346</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Acórdão. **Recurso de Apelação nº AC 70046931457 RS**. 10ª Câmara Cível. Relator Des. Paulo Roberto Lessa Franz. 12 fev. 2012. Disponível em: < <https://tj-rs.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21348484/apelacao-civel-ac-70046931457-rs-tjrs>> Acesso em: 01 abr. 2017.

Assim, pode-se dizer que o fornecedor é responsável por todos os vícios de qualidade de seu produto, devendo atentar por informar qualquer dado importante ao consumidor, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.<sup>347</sup>

Essa prática fere ainda o princípio da boa-fé objetiva, pois o consumidor quando adquire um produto tem em mente que esse produto tenha uma garantia de durabilidade, não podendo o mesmo estragar logo no término do prazo de garantia, situação que estaria ferindo o estabelecido no Código de Defesa do Consumidor.

Além das estratégias de obsolescência pela qualidade e função existe a chamada obsolescência programada de deseabilidade ou psicológica que é a mais utilizada na atualidade. Ocorre quando: “(...)o item não apresenta defeito nem é realmente obsoleto; apenas o percebemos assim. Alguns chamam a isso “obsolescência de deseabilidade” ou “obsolescência psicológica”. É quando o gosto e a moda entram em cena.<sup>348</sup>

Bellandi e Augustin assim conceituam:

(...) obsolescência psicológica, ou percebida, e que se dá quando o consumidor passa a se sentir desconfortável ao utilizar um produto que se tornou ultrapassado por causa do novo estilo dos novos modelos. Ideia similar encontra-se na obsolescência perceptiva que, mudando as coisas de formato, gera a impressão ao consumidor de que seu produto é obsoleto, seja pelo seu design ou pelo formato do produto mais novo, o qual chama ao consumo.<sup>349</sup>

Essa estratégia busca não tornar o produto obsoleto por problemas técnico de qualidade ou função, mas sim pelo desuso, ou seja, antiquado. Uma das maneiras é a alteração do designer do produto que gera na cabeça do consumidor a necessidade de mudança para estar na moda.<sup>350</sup>

Nessa linha Almeida expõe que: “O termo “novo” assumiu lugar de destaque no imaginário coletivo, tornando-se ele mesmo uma espécie de transcendência encarnada,

<sup>347</sup> RENNEN, Rafael Henrique. **Obsolescência programada e consumo sustentável: algumas notas sobre um importante debate**. Disponível em < [http://www.faa.edu.br/revistas/docs/RID/2012/RID\\_2012\\_27.pdf](http://www.faa.edu.br/revistas/docs/RID/2012/RID_2012_27.pdf) > Acesso em 25. Jun. 2017. p. 4.

<sup>348</sup> LEONARD, Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**, Tradução Heloisa Mourão. - Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 132.

<sup>349</sup> BELLANDI, Daniel. AUGUSTIN, Sérgio. **Obsolescência programada, consumismo e sociedade de consumo: uma crítica ao pensamento econômico**. In: XXIV Encontro Nacional do CONPEDI/UFS, 2015, Aracaju/SE. **Anais do XXIV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2015. Disponível em: < <http://www.conpedi.org.br/publicacoes/c178h0tg/i9jl1a02/WQM34KU694IWz9h9.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017. p. 11.

<sup>350</sup> SANTIAGO, Mariana Ribeiro. ANDRADE, Sinara Lacerda. **A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: perspectiva jurídicas do consumismo**. In. Revista Quaestio Iuris. v. 09. Nº 04. Rio de Janeiro. 1771-1786. 2016. p. 1778.

objetivada e materializada no mundo. No entanto, o tempo de vida e uma novidade faz-se tão efêmero que quase não se pode captá-la.”<sup>351</sup>

Os fornecedores, com a finalidade de aumentar as vendas, utilizam da desejabilidade do consumidor mudando a barra da saia do vestido, o tamanho do salto, os eletroeletrônicos como designer novos, tudo aplicando a obsolescência de desejabilidade ou percebida.<sup>352</sup>

Tal prática é tão comum que um bom exemplo são as roupas femininas, em especial as calças, em que atualmente voltou a moda dos anos oitenta, noventa onde a cintura era alta; assim as mulheres consumidoras, que utilizam as calças de cintura baixa, passam a se sentir fora de moda e assim adquirem os novos modelos devido à desejabilidade e não pelo fato de que não tinha uma calça ou precisava trocar a sua por uma nova.

O fornecedor utiliza-se de tal prática com a finalidade de fomentar o consumo, o que é feito com a utilização do marketing e do designer, criando consumidores insatisfeitos e que sempre estarão desejando um novo produto, ou o modelo mais novo, ou seja, incutindo na cabeça do consumidor que a sua felicidade depende de uma aquisição de um produto mais recente, o novo Iphone, o novo carro ou o novo tênis.<sup>353</sup>

Com essa utilização desenfreada da obsolescência programada de desejabilidade a sociedade passou a sofrer com a chamada “neofilia”, ou melhor dizendo, passou a ser viciada em novos produtos.<sup>354</sup>

O consumidor passa a se sentir desconfortável quando utiliza um produto que já não está mais de acordo com os padrões impostos pelo mercado de consumo, pois seu designer está defasado.<sup>355</sup>

Bauman assim complementa sobre o assunto:

(...) nos mercados de consumidores-mercadorias, a necessidade de substituir objetos de consumo “defasado”, menos que plenamente satisfatórios e/ou não mais desejados está inscrita no design dos produtos e nas campanhas publicitárias calculadas para o crescimento constante das vendas. A curta expectativa de vida de uma produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de

<sup>351</sup> ALMEIDA, João Flávio de. O discurso da obsolescência: o velho, o novo e o consumo. São Carlos: UFSCar, 2014. p. 10.

<sup>352</sup> LEONARD, Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**, Tradução Heloisa Mourão. - Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 132.

<sup>353</sup> COMPRAR, tirar comprar: **La história secreta de la obsolescência planejada**. Produção de Cosima Danneritz, 2011. (52m18s). Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=XW5pOx2ZI9c>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

<sup>354</sup> SANTIAGO, Mariana Ribeiro. ANDRADE, Sinara Lacerda. **A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: perspectiva jurídicas do consumismo**. In. Revista Quaestio Iuris. v. 09. Nº 04. Rio de Janeiro. 1771-1786. 2016. p. 1777.

<sup>355</sup> SANTIAGO, Mariana Ribeiro. ANDRADE, Sinara Lacerda. **A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: perspectiva jurídicas do consumismo**. In. Revista Quaestio Iuris. v. 09. Nº 04. Rio de Janeiro. 1771-1786. 2016. p. 1778-1779.

marketing e no cálculo de lucros: tende a ser preconcebida, prescrita e instilada nas práticas dos consumidores mediante a apoteose das novas ofertas (de hoje) e a da difamação das antigas (de ontem).<sup>356</sup>

Os fornecedores se aproveitam dessa perspectiva do consumidor para colocar no mercado produtos com menor tempo de vida útil, mas não de qualidade e sim de desejo, podendo dizer que os produtos hoje são descartáveis, por mais que não sejam assim anunciados, mas os fornecedores assim os tratam.<sup>357</sup>

Como pode-se verificar o mercado planeja-se de forma a dar pouco tempo de vida aos seus produtos, para que quando pararem de funcionar, fiquem obsoletos pelo seu designer exigira do consumidor a reposição indiretamente.<sup>358</sup>

Um caso explícito de obsolescência de desejabilidade são os nos celulares, que no passado eram enormes e passaram a ser criados novos designers para caber na palma de sua mão. No entanto, estão voltando a crescer, pois os consumidores são convencidos que estão na moda e assim, os fornecedores se aproveitam disso, para ditar o uso de modelo mais atraente em determinada época.

O sistema adotado visa o apelo ao estilo à estética para que a obsolescência programada será mantida, sempre buscando expandir os desejos do consumidor, para que assim, insatisfeitos possa comprar e manter o capitalismo como sistema financeiro.

Moraes explica que:

Desta feita, em 1932, a obsolescência planejada pela desejabilidade era a regra para os produtores de carros americanos, e essa estratégia foi tão bem-sucedida neste ramo que se espalhou rapidamente para várias outras indústrias, tais como de relógios e rádios. A mudança de modelo anual adotada pelos fabricantes de automóveis é um exemplo, então, da obsolescência psicológica, progressiva, dinâmica ou de desejabilidade.<sup>359</sup>

A obsolescência programada de desejabilidade já foi alvo de processo judicial no Brasil, onde a empresa Ford foi condenada no REsp 871.172 julgado pelo Superior Tribunal de Justiça, pois no ano de 1999 a empresa teria colocado no mercado o veículo Ford Fiesta 1.0

<sup>356</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 31.

<sup>357</sup> LEONARD, Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**, Tradução Heloisa Mourão. - Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 132.

<sup>358</sup> ALMEIDA, João Flávio de. O discurso da obsolescência: o velho, o novo e o consumo. São Carlos: UFSCar, 2014. p. 14.

<sup>359</sup> MORAES, Kamila Guimarães. **Obsolescência planejada e direito: (in) sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2015. p. 54.

2000 que fora lançado em junho do referido ano e depois de quatro meses a empresa lançou o mesmo veículo reestilizado com mudanças no seu designer.<sup>360</sup>

Assim, o Ministério Público propôs uma Ação Civil Pública para discutir a estratégia da empresa e que foi condenada por tal prática, pois a empresa não poderia lançar o mesmo veículo dentro do mesmo ano, mas como pode-se ver foi utilizada a desejabilidade, pois o consumidor vendo um novo modelo com um designer novo, fica insatisfeito com o seu produto, nascendo a vontade de comprar o novo modelo.

No processo em comento a Relatora Ministra Isabel Galloti alegou que o lançamento do novo veículo com um designer diferente dentro do mesmo ano, e em um curto espaço de tempo, é contrário ao princípio da boa-fé objetiva e constitui publicidade enganosa.<sup>361</sup>

A obsolescência programada evoluiu com o passar do tempo, desde a lâmpada, depois o Nylon que era utilizado para a produção de meias com uma excelente durabilidade e, atualmente não existe mais. Outro produto que sofreu com a estratégia da obsolescência foi o iPod que teve sua bateria com defeito em apenas oito meses de uso, o fato se tornou uma ação judicial onde a Apple teve que trocar todas as baterias; mais interessante é que a mesma alegou ser melhor adquirir um novo aparelho a ter que trocar a bateria.<sup>362</sup>

Diante dessa linha de informação, nota-se que os produtos são elaborados para possuir o seu tempo de uso ou a sua durabilidade por um período, mas com a necessidade de alavancar o mercado de consumo passa a projetar produtos com a sua durabilidade bem inferior para garantir que a sua reposição seja rápida.<sup>363</sup>

Além da diminuição da vida útil do produto o mercado se utiliza de estratégias para intensificar a desejabilidade as quais são veiculadas pela publicidade, crédito fácil, novas tecnologias, aumento do custo de peças de reposição, assistência técnica que não consegue resolver os defeitos e um tempo longo de espera para um possível conserto, criando assim, a ideia de que é melhor comprar um novo.

Lipovetsky faz importante colocação sobre obsolescência programada:

---

<sup>360</sup> **Ford é condenada por lançar dois modelos Fiesta no mesmo ano.** Disponível em: < <http://www.conjur.com.br/2016-jun-20/ford-condenada-lancar-dois-modelos-fiesta-mesmo-ano>> . Acesso em: 27 fev. 2017.

<sup>361</sup> **Ford é condenada por lançar dois modelos Fiesta no mesmo ano.** Disponível em: < <http://www.conjur.com.br/2016-jun-20/ford-condenada-lancar-dois-modelos-fiesta-mesmo-ano>> . Acesso em: 27 fev. 2017.

<sup>362</sup> DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: la historia secreta de la obsolescencia programada*. Produção de Cosima Dannoritzer. [S.l.] , Arte France, Televisión Española, Televisió de Catalunya, 2011. (52min18s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAo>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

<sup>363</sup> RENNEN, Rafael Henrique. **Obsolescência programada e consumo sustentável: algumas notas sobre um importante debate.** Disponível em < [http://www.faa.edu.br/revistas/docs/RID/2012/RID\\_2012\\_27.pdf](http://www.faa.edu.br/revistas/docs/RID/2012/RID_2012_27.pdf) > Acesso em 25. Jun. 2017. p. 2.

Um enorme número de produtos tem uma duração de vida que não excede a dois anos; estima-se que a dos produtos *high-tech* foi diminuída pela metade desde 1990; 70% dos produtos vendidos em grande escala não vivem mais de dois ou três anos; mais da metade dos novos perfumes desaparece ao fim do primeiro ano.[...] Para estimular o consumo, os atores da oferta não procuram mais produzir artigos de má qualidade: renovam mais depressa os modelos, fazem-nos sair de moda oferecendo versões mais eficientes ou ligeiramente diferentes.<sup>364</sup>

Na sociedade de consumo a obsolescência programada tem feito seu papel com maestria intensificando a cultura do desperdício, fazendo com que os produtos adquiridos sejam descartados, mesmo que não apresente nenhum defeito, apenas pelo fato de não estar mais na moda, causando o aumento da circulação de dinheiro.<sup>365</sup>

Baudrillard escreve que:

O que hoje se produz não se fabrica em função do respectivo valor de uso ou da possível duração, mas antes em *função da sua morte*, cuja aceleração só é igualada pela inflação dos preços. Sabe-se ainda que a ordem da produção não sobrevive a não ser ao preço de semelhante extermínio, de perpétuo “suicídio” calculado do parque dos objetos, e que tal operação se baseia na “sabotagem” tecnológica ou no desuso organizado sob o signo da moda. A publicidade realiza o prodígio de um orçamento considerável gasto com um único fim, não de acrescentar, mas de tirar o valor de uso dos objetos, de diminuir o seu valor/tempo, sujeitando-se ao valor/moda e à renovação acelerada. Este tipo de prodigalidade constitui a solução desesperada, mas vital, de um sistema econômico-político em perigo de naufrágio.<sup>366</sup>

Dessa maneira, o consumo passa a demonstrar uma qualidade de vida, porém muitos confundem o consumo para garantir uma vida melhor com a quantidade de coisas que podem consumir.<sup>367</sup>

Com a prática da obsolescência programada o principal ponto que os fornecedores atacam é a insatisfação, palavra que gera também o descarte de produtos que estão em perfeitas condições de uso, mas que são considerados “velhos” e “defasados”, pois existe um fetichismo ou uma adoração aos objetos.<sup>368</sup>

Padilha complementa esse entendimento de forma clara:

<sup>364</sup> LIPOVESTSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo. Companhia das Letras. 2007. p. 89-90.

<sup>365</sup> SANTIAGO, Mariana Ribeiro. ANDRADE, Sinara Lacerda. **A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: perspectiva jurídicas do consumismo**. In. Revista Quaestio Iuris. v. 09. Nº 04. Rio de Janeiro. 1771-1786. 2016. p. 1777.

<sup>366</sup> BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução. Artur Morão. Edições 70. Lisboa. 2010. p. 42.

<sup>367</sup> SILVA, Maria Beatriz de Oliveira. **Obsolescência programada e teoria do decrecimento versus direito ao desenvolvimento e ao consumo (sustentáveis)**. In. Revista Veredas do Direito. Belo Horizonte. v. 9, nº 17. P. 181 – 196. Janeiro/Junho de 2012. p. 191.

<sup>368</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro. Zahar. 2008. p. 31.

A obsolescência planejada é uma tecnologia a serviço do capital. Para aumentar a acumulação de riquezas privadas, o capital devasta, destrói, esgota a natureza. O aumento da riqueza do capital é proporcional ao aumento da destruição da natureza. Na sociedade da obsolescência induzida, tudo acaba em lixo. Quanto mais rápida e passageira for a vida dos produtos, maior será o descarte. A publicidade é o motor que faz toda essa dinâmica funcionar. Esse modelo de sociedade baseada na estratégia da obsolescência planejada está sendo determinante no esgotamento dos recursos naturais (que ocorre na etapa da produção) e no excesso de resíduos (que ocorre na etapa do consumo e do descarte).<sup>369</sup>

O fato é que o fornecedor precisava movimentar o mercado que estava em declínio, então se criou uma técnica para motivar o consumo, situação que deveria ser transitória, até aumentar a economia; essa estratégia passou a ser aprimorada, ganhou mais força na sociedade consumo, diminuindo o prazo de vida útil dos produtos para que assim, consumidores necessitassem fazer nova aquisição, movimentando o mercado e a economia mundial, sem se preocupar com os riscos decorridos dessa prática.

Importante diferenciar vício, defeito e obsolescência planeja, pois um não se mistura com o outro. Num primeiro momento pode-se falar que:

“O vício é configurado objetivamente pela desconformidade entre os dados do rótulo, da embalagem, ou da mensagem publicitária, e os efetivamente existentes. Não há necessidade de demonstrar a impropriedade ou a inadequação do produto ou do serviço ao uso a que se destinam ou mesmo a diminuição de valor.”<sup>370</sup>

Os vícios podem ser considerados em três espécies, o vício que torne o produto impróprio ao consumo; o vício que diminua o valor e o vício que trata da decorrente disparidade das características dos produtos com as informadas na oferta e publicidade que é repassada ao consumidor.<sup>371</sup>

Os vícios tratado no Código de Defesa do Consumidor tem origem dos vícios redibitório previstos no art. 441 do Código Civil.

O produto é defeituoso quando mesmo se encaixa nos requisitos do art. 12 do Código de Defesa do Consumidor, ou melhor quando não oferece segurança que se espera. Em outra linha o defeito compromete a segurança do produto ou serviço.

Nas palavras Marques, Bessa e Bejamin, discorre que: “O defeito estaria relacionado ao fato do produto ou do serviço (acidente de consumo), enquanto os vícios com a

<sup>369</sup> PADILHA, Valquíria. **Obsolescência planejada: armadilha silenciosa na sociedade de consumo**. Le Monde Diplomatique Brasil. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1489>>. Acesso em 20/01/2017.

<sup>370</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 212.

<sup>371</sup> PINTO, Cristiano Vieira Sobral. **Direito civil sistematizado**. 4ª ed. Rio de Janeiro. Gen/Forense. 2012. p. 523.

impropriedade, inadequação às finalidades, enfim, à disciplinas constantes no art. 18 e seguintes.”<sup>372</sup>

O defeito, por sua vez, necessita de um vício para que ocorra e está relacionado ao fato do produto ou ao conceito de acidente de consumo. O defeito é, assim, um vício que gera repercussões noutras esferas do patrimônio do consumidor. É, em outros termos, um vício com algo a mais, com uma consequência posterior (...).<sup>373</sup>

Assim para diferenciar o vício do defeito deve se fazer dois exemplos com o mesmo caso, senão veja-se; uma senhora vai até uma loja de eletrodoméstico e adquire um ferro de passar roupa para seu uso próprio, chegando em casa ao ligar o ferro o mesmo não funciona, dessa forma, apresentando um vício de qualidade, ou seja, a sua falta de funcionamento.

Nas mesma situação uma senhora vai até uma loja de eletrodoméstico e adquire um ferro de passar roupa para seu uso próprio, ao chegar em casa e ligá-lo na tomada o mesmo não funciona e acaba explodindo, nesse caso temos o defeito, ou seja, um vício agravado que atinge a esfera da segurança do consumidor.

Cavallieri Filho faz uma diferenciação clara de vício e defeito como:

Ao fazermos a distinção entre defeito e vício – item 142.1, dissermos que o primeiro (defeito) é vício grave que compromete a segurança do produto ou do serviço e causa dano ao consumidor, como o automóvel que colide com outro por falta de freio e fere os ocupantes de ambos os veículos; o segundo (vício) é defeito menos grave, circunscrito ao produto ou serviço, que apenas causa o seus mau funcionamento, como a televisão que não funciona ou que não produz boa imagem, a geladeira que não gela.<sup>374</sup>

Importantes distinguir vício e defeito de obsolescência planejada, pois os mesmo não são a mesma coisa, pois no vício ou defeito nem sempre o fornecedor tem a culpa, pois o mesmo pode colocar um produto no mercado e o mesmo apresentar falhas, não quer dizer que o mesmo não será responsabilizado, pois a responsabilidade é objetiva.

Já a obsolescência planejada é a preparação feita pelo fornecedor para que o produto venha a se tornar obsoleto, pare de funcionar, que saia da moda, assim é algo preparado com antecedência, seja com uma peça de má qualidade, seja com uma nova tecnologia ou com o

---

<sup>372</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 212.

<sup>373</sup> BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016. p. 10.

<sup>374</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 319.



novo modelo, a nova moda, assim causando o desejo no consumidor em adquirir o novo produto.<sup>375</sup>

Vasconcelo e Luna assim explicam:

Isso significa, que um produto pode ser fabricado com perfeição, sem falhas, servindo ao fim ao qual se propõe, com possibilidade de uso continuado ao longo do tempo, e ainda assim ter sido fabricado para durar por um período delimitado tempo, muitas vezes por pouco superior ao somatório das garantias legal e contratual.<sup>376</sup>

No mesmo sentido Vasconcelo e Luna complementa:

Como a detecção da obsolescência programada em regra não é clara, o período de garantia no mais das vezes é o referencial adotado para fazer a detecção de falhas sistemáticas e evidenciar sua prática nos casos mais óbvios. Usar um metal que oxida facilmente na fabricação de um produto pode representar um vício, mas somente se a oxidação ocorrer dentro do período de garantia. Fora desse período, o bem perece e simplesmente taxado como sendo um bem de baixa durabilidade. Se o problema, porém, acontece sempre numa mesma peça, num mesmo modelo e num período de tempo relativamente semelhante na maioria dos casos, há indícios de que a obsolescência programada esteja sendo levada a efeito.<sup>377</sup>

Portanto, vício, defeito e obsolescência planejada, pois na obsolescência planejada o produto é perfeito e utilizável, cumprindo com o oferecido, porém com um prazo de validade, já no vício ou defeito o problema aparece dentro dos prazos de garantia, após a compra, não tendo nenhuma data específica, apenas surgem.

### 3.2 UMA ANÁLISE DA PRÁTICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

<sup>375</sup> VASCONSELOS, Fernando Antônio de. LUNA, Arthur Augusto Barbosa. A atual proteção do cdc contra vícios de qualidade e a sua eficácia contra a obsolescência programada. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: < <http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/k7v7r78l/ilKb1rDaGWvH61s0.pdf> >. Acesso em 24 jun. 2017.

<sup>376</sup> VASCONSELOS, Fernando Antônio de. LUNA, Arthur Augusto Barbosa. A atual proteção do cdc contra vícios de qualidade e a sua eficácia contra a obsolescência programada. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: < <http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/k7v7r78l/ilKb1rDaGWvH61s0.pdf> >. Acesso em 24 jun. 2017.

<sup>377</sup> VASCONSELOS, Fernando Antônio de. LUNA, Arthur Augusto Barbosa. A atual proteção do cdc contra vícios de qualidade e a sua eficácia contra a obsolescência programada. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: < <http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/k7v7r78l/ilKb1rDaGWvH61s0.pdf> >. Acesso em 24 jun. 2017.

Com a finalidade de verificar até que ponto o termo “obsolescência programada” é conhecido e como ela é utilizada, realizou-se uma pesquisa pela plataforma Formulários Google, entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes.

Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGO2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>. A maioria dos entrevistados são alunos da Universidade Norte do Paraná – UNOPAR de Bandeirantes (PR) e alunos do Mestrado da UNIMAR.

No início do formulário constava a seguinte redação:

As questões abaixo referem-se a uma pesquisa de campo para a composição de Dissertação, no curso de MESTRADO EM DIREITO, cujo objetivo é acerca a prática da obsolescência programada pelas empresas, ou seja, quando o fornecedor coloca no mercado um produto com prazo de vida útil, ou com prazo para apresentar problemas, defeitos. Assim você compra um produto após um ano de uso ele apresenta defeito.<sup>378</sup>

Em um primeiro momento a pesquisa preocupou-se em traçar o perfil dos participantes pedindo que apontassem sexo, a idade, e escolaridade. Os resultados foram compilados e serão demonstrado a seguir:

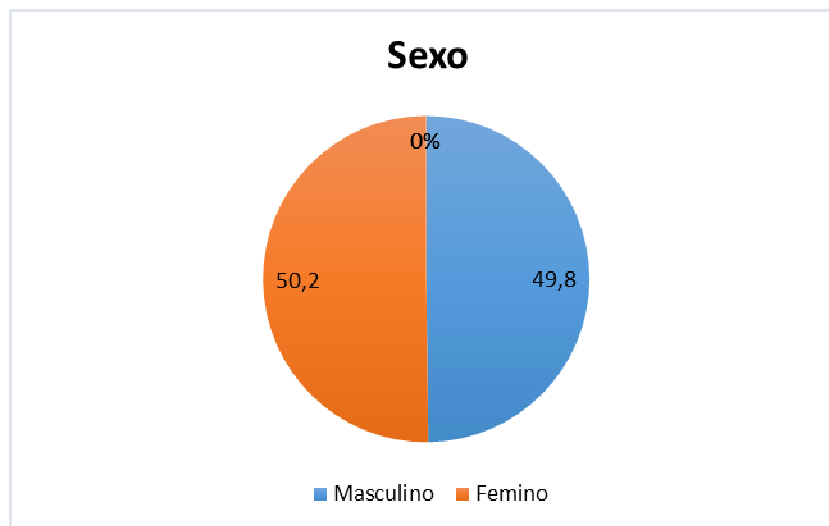


Figura 1. Sexo dos participantes.<sup>379</sup>

<sup>378</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGO2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

<sup>379</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGO2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

A idade dos participantes, entre 18 e acima de 66 anos denota uma significativa variação, que o que enriquece a abordagem do presente estudo.

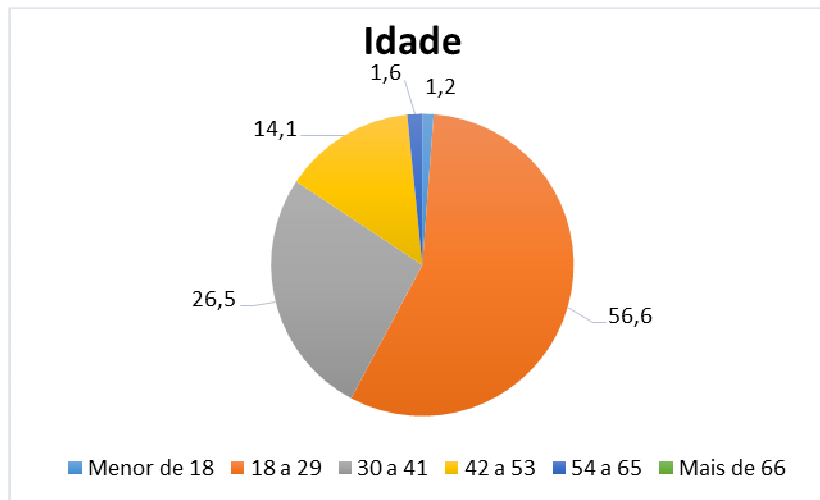


Figura 2. Idade dos participantes.<sup>380</sup>

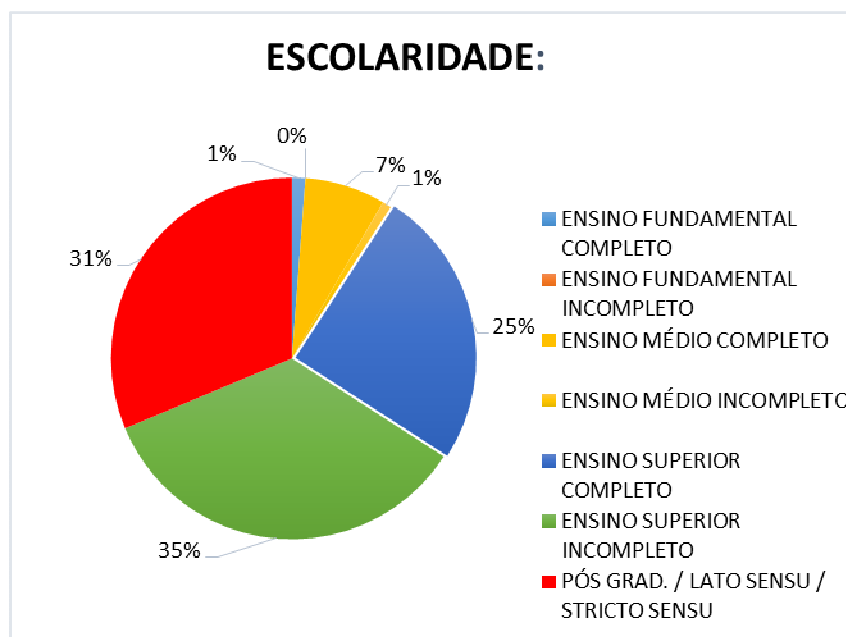


Figura 3. Escolaridade dos participantes.<sup>381</sup>

<sup>380</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGO2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

<sup>381</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGO2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

Em um segundo momento, buscou-se verificar o conhecimento do termo obsolescência programada. O resultado apontou, sendo que a maioria 70% (setenta por centos) das pessoas desconhece o termo. Veja-se o gráfico a seguir:



Figura 4. Conhecimento do termo obsolescência programada.<sup>382</sup>

O percentual que refere-se ao desconhecimento do termo, obriga-se a buscar solidez de análise através de trabalhos futuros. Mas para o presente, ressalta-se de que seja do senso comum afirmar que os produtos de hoje são mais frágeis e, mesmo os que apresentam uma melhor qualidade saem da moda; no entanto, com o conhecimento do termo, tal revelação dos dados, pode ainda revelar que, os fornecedores preferem que assim, seja, e se depender deles, o termo e as ações que o termos remetem, também.

Afinal, a conscientização da população afetaria os lucros. Ao associar os dados 70% desconhecem e 30% conhecem, o grau de escolaridade dos participantes a dimensão do problema revela-se ainda maior e merece, certamente, um estudo mais apurado, pois é constrangedor perceber que pessoas com alta escolaridade demonstrem desconhecimento do termo e artimanhas a eles ligados.

Constatado o desconhecimento acerca do termo obsolescência programada, a pesquisa entrou em um ponto crucial; a verificação da utilização da prática pelos fornecedores. Dessa forma, foi perguntado aos participantes se já tiveram produtos que apresentam defeito? Qual

<sup>382</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGOf2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

tipo de produto? E, na sequência, qual foi o tempo em que esse defeito pareceu? Tais informações podem ser constatadas a seguir:

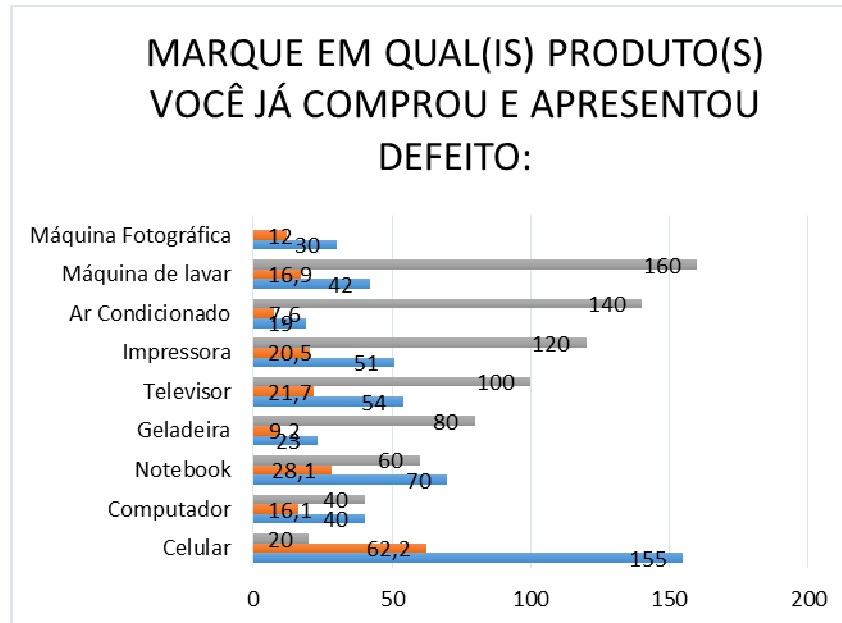


Figura 5. Produtos adquiridos pelos participantes e que apresentaram defeitos.<sup>383</sup>

Os três produtos de maior incidência configuram-se como evidências da obsolescência programada, acrescentando-se a impressora e máquina fotográfica. Os outros itens, configuram-se como eletrodomésticos e, em um passado não muito distante, primavam pela durabilidade, e a durabilidade estava atrelada à qualidade.

Em se tratando do tempo, após aquisição do produto, para que os defeitos surgissem, revelou-se que nem sempre se dá após a expiração da garantia, muitos surgem tão logo o objeto é colocado em uso.

<sup>383</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGOf2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

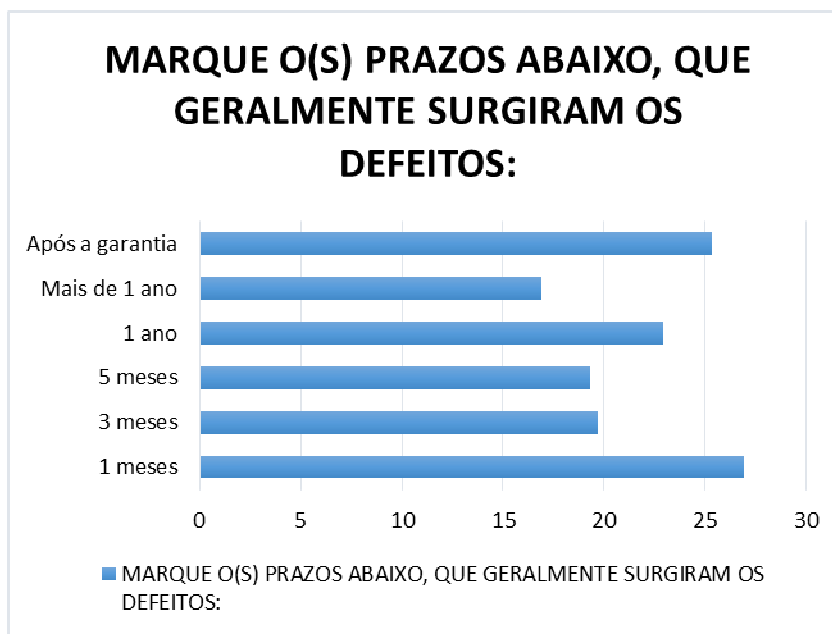


Figura 6. Prazo em que os defeitos surgiram.<sup>384</sup>

Depois de verificado quais os produtos que mais apresentaram defeitos, perguntou-se como definiam atendimento pela classificação dados: insatisfeito, satisfeito, muito satisfeito.



Figura 7. Grau de satisfação na solução do problema.<sup>385</sup>

<sup>384</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGOof2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

<sup>385</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGOof2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

Os resultados não surpreenderam, mas o número de satisfeito revelam que, paralelamente à obsolescência programada, buscar solucionar alguns problemas é uma estratégia de manutenção da dinâmica capitalista, onde o consumidor precisa continuar preso àquela marca, por exemplo. No entanto, sob pena de mau uso, muitos consumidores sente-se despreparados e impotentes para travar uma luta com o fornecedor.

A pesquisa deixou dois campos abertos para que os participantes pudessem colocar outro tipo de produto que apresentava defeito, além dos elencados no gráfico, e quais justificativas, motivos dados quando a empresa não resolvia o problema.

Sem nenhuma classificação prévia, as respostas apresentadas forma transcritas:

Carro; Relógio; Aparelho de som; Cabo USB; Tablet; Eletrodomésticos, utensílios de cozinha; sapatos; Rádio relógio; Camisetas; Pen Drive; Fones de ouvido; Acessórios para computador; rádio com entrada USB; Panela elétrica; Secador de cabelo; Tênis; Fogão; Máquina de passar roupa a vapor; Micro-ondas; Multi-processador; MP4; iPod, grill, torradeira; Roupa, bolsa; Filtro de água; Ferro de passar roupa; Peças de carro. liquidificador; Freezer; Aspirador de pó; Scanner; Bicicleta; Chuveiro, liquidificador, máquina de pão e processador de frutas; aquecedor; Portão Eletrônico; Mix, centrifuga, secador de cabelo; Camiseta de time; DVD; Lâmpadas, chuveiro elétrico, filtro de água; Máquina de café e Veículo; Home theater; Forno elétrico; Sanduicheira; Vídeo game; Lavadora de alta pressão; Sofá; purificador de água, carregadores de celular; chapinha para cabelo.<sup>386</sup>

Sobre a alegação dos fornecedores quando não resolviam o problemas, as três mais comuns foram “mau uso”, “fora do prazo de garantia” e que “era culpa do fabricante”.

Em síntese, a pesquisa demonstrou que 69,9% dos entrevistados desconhecem a obsolescência programada, sendo que 34,5% são pessoas com ensino superior incompleto e 31,3% com ensino superior completo, pós graduação, ou seja, pessoas cujo conhecimento supõe-se que seja mais avançado.

Ficou demonstrado que o produto que mais apresenta vício ou defeito é o aparelho celular com 62,2% das respostas; em segundo lugar, o notebook com 28,1%, sendo hoje os dois aparelhos com o maior número de compras do mercado e os que mais são utilizado as técnicas de obsolescência programada.

A pesquisa demonstrou, ainda, que 26,9% dos problemas surgiram após um mês de uso e 25,3 % após o prazo de garantia, forçando muitas vezes o consumidor a adquirir um novo produto.

---

<sup>386</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGOf2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

Nas tentativas de ver os vícios e defeitos solucionados pelas empresas, pela classificação apresentada insatisfeito é o primeiro, com 56,6%, pois o pós venda é um problema sério que as empresas passam; apenas 5,6% ficaram muitos satisfeitos com a solução do problema.

Dessa maneira, a pesquisa comprova que a prática da obsolescência programada é desconhecida pela maioria dos consumidores e que é utilizada nos principais aparelhos da cadeia de consumo e que os casos de solução pelos problemas apresentados por esse tipo de prática muitas vezes não podem ser resolvidos levando os consumidores a ter que adquirir um novo produto, o que permite-se antecipar que tal situação assume padrões insustentáveis, se considerado os princípios que norteiam o consumo sustentável.

### 3.3 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E O TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE

Neste ponto do trabalho, é importante falar em desenvolvimento, pois é o ponto inicial do estudo da sustentabilidade. Essa análise é necessária frente à prática da obsolescência programada, utilizada por muitos fornecedores, e que vem na contramão do desenvolvimento sustentável.

Sachs explica que:

No contexto histórico em que surgiu, a ideia de desenvolvimento implica a expiação e a reparação de desigualdades passadas, criando uma conexão capaz de preencher o abismo civilizatório entre as antigas nações metropolitanas e a sua antiga periferia colonial, entre as minorias ricas modernizadas e a maioria ainda atrasada e exausta dos trabalhadores pobres. O desenvolvimento traz consigo a promessa de tudo – a modernidade inclusiva propiciada pela mudança estrutural.<sup>387</sup>

A ideia de um desenvolvimento sustentável é considerado como um novo paradigma da população atual, onde visa-se proteger o um mundo para as gerações atuais e futuras, onde todos devem se conscientizar de suas responsabilidades.

Tais preocupações surgiram em 1950, quando a apercebeu-se os riscos ambientais e a poluição nuclear global, podendo afetar a todos; devido a essa nova perspectiva os governos passaram a se preocupar e determinar soluções discutir alternativas possibilidades de reverter tal ordem, ou desordem.

E foi em 1972 que começaram a surgem estudos, pois foi nesse período que nasceram os embates sobre um desenvolvimento alinhado à proteção ambiental e com uma dimensão social. Essa ideia surgiu na reunião de Estocolmo no ano de 1972, onde estabeleceu-se que o

---

<sup>387</sup> SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro. Garamond. 2009. p. 13.



desenvolvimento deve se ater às agressões ambientais e contemplar a equidade social, tendo em vista a qualidade de vida da geração atual e das próximas gerações.<sup>388</sup>

Nessa visão surge um novo conceito de desenvolvimento, o chamado desenvolvimento sustentável que segundo Dias refere-se:

O Desenvolvimento Sustentável (DS), portanto, se refere à integração de questões econômicas, sociais e ambientais, de tal modo que as atividades de produção de bens e serviços deve preservar a diversidade, respeitar a integridade dos ecossistemas, diminuindo sua vulnerabilidade, e procurar compatibilizar os ritmos de renovação dos recursos naturais com os de extração necessários para o funcionamento do sistema econômico.<sup>389</sup>

Para Elkington, “Sustentabilidade é o princípio que assegura que nossas ações de hoje não limitarão a gama de opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para as futuras gerações.”<sup>390</sup>

Freitas conceitua que:

(1) a sustentabilidade é princípio constitucional direta e imediatamente aplicável, (2) reclama eficácia (resultado justos, não mera aptidão para produzir efeitos jurídicos), (3) demanda eficiência, sempre subordinada à eficácia, (4) intenta tornar o ambiente limpo, (5) pressupõe a probidade, nas relações públicas e intergeracional, com o reconhecimento pleno dos direitos das gerações presentes e futuras e (9) da responsabilidade solidária do Estado e da sociedade, (10) tudo no sentido de propiciar o bem-estar duradouro e multidimensional.<sup>391</sup>

Nessa visão, sustentabilidade é a nova premissa para o mundo, palavra que figure na pauta de discussões em todos os setores, político, econômico e empresarial, todos tentando regravar-se de forma sustentável.

Boff explica um conceito de sustentabilidade, como sendo:

O sentido ativo enfatiza a ação feita de fora para conservar, manter, proteger, nutrir, alimentar, fazer, prosperar, subsistir, viver. No dialeto ecológico isto significa: sustentabilidade representa os procedimentos que tomamos para permitir que a Terra e seus biomas se mantenham vivos, protegidos, alimentados de nutrientes, a ponto de estarem sempre bem conservados e à altura dos riscos que possam advir.<sup>392</sup>

<sup>388</sup> SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento, includente, sustentável e sustentado**. Rio de Janeiro. Garamond. 2008. p. 51

<sup>389</sup> DIAS, Reinaldo. **Sustentabilidade: origem e fundamentos, educação e governança global, modelo de desenvolvimento**. São Paulo. Atlas. 2015. p. 21.

<sup>390</sup> ELKINGTON, John. **Canibais com garfo e faca**. São Paulo. M.Books do Brasil. 2012. p. 52.

<sup>391</sup> FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade direito ao futuro**. 3º ed. Belo Horizonte. Fórum. 2016. p. 52

<sup>392</sup> BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é – o que não é**. 4º ed. Petrópolis. Vozes. 2015. p. 32.

Mas a doutrina (Freitas, Elkington, Dias e Sachs) quando trata de sustentabilidade, ou desenvolvimento sustentável, segue a linha do (Triple Bottom Line), ou o tripé da sustentabilidade. Tal entendimento ganhou força com o relatório da Comissão da ONU “Nosso Futuro Comum” onde o desenvolvimento sustentável ficou ligado a três objetivos, ou como a doutrina entende, em três pilares, sendo eles crescimento econômico, equidade social e conservação ambiental.<sup>393</sup>

Os pilares da sustentabilidade, como ficaram conhecidos como, ou seja, (econômico, social e ambiental) o são condicionantes do desenvolvimento sustentável desta forma é preciso que os três, sejam considerados em concomitância representados por três círculos entrelaçados, onde em seu interior se forma a sustentabilidade, assim, pode-se se dizer que, caso não exista um deles, o desenvolvimento não será considerado sustentável.<sup>394</sup>

Dessa forma, é importante retomar cada pilar, iniciando-se pelo pilar econômico que é aquele que se busca através do desenvolvimento para manter a economia funcionando. Mas para que esse pilar seja cuidadosamente garantido é necessário que o desenvolvimento econômico siga os critérios elencados por Freitas:

A economicidade, assim, não pode ser separada da medição de consequências, de longo prazo. Nessa perspectiva, o consumo e a produção precisam ser reestruturados completamente, numa alteração inescapável do estilo de vida. A natureza não pode ser vista como simples capital e a regulação estatal sustentável. Com pertinentes transições, se faz impositiva para coibir o desvio comum dos adeptos do fundamentalismo voraz de mercado, que ignoram a complexidade do mundo natural.<sup>395</sup>

No pilar econômico o desenvolvimento deve prever um equilíbrio, que exista uma segurança alimentar, onde pesquisas de mercado e criação de tecnologias razoáveis vislumbrando a inserção na economia internacional.<sup>396</sup>

Então, o pilar econômico deve garantir uma produção e distribuição de bens e de consumo de forma que atenda a necessidade da população, deixando claro que os recursos são escassos e que precisam de ser utilizados de forma consciente.<sup>397</sup>

Outro pilar é o social, onde verifica-se que o mundo possui vários lugares diferentes e deve ter tratamentos diferentes para que se possa sustentar o pilar social, pois o pilar social

---

<sup>393</sup> DIAS, Reinaldo. **Sustentabilidade: origem e fundamentos, educação e governança global, modelo de desenvolvimento.** São Paulo. Atlas. 2015. p. 34.

<sup>394</sup> DIAS, Reinaldo. **Sustentabilidade: origem e fundamentos, educação e governança global, modelo de desenvolvimento.** São Paulo. Atlas. 2015. p. 35.

<sup>395</sup> FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade direito ao futuro.** 3º ed. Belo Horizonte. Fórum. 2016. p. 70-71.

<sup>396</sup> SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro. Garamond. 2009. p. 86-87

<sup>397</sup> DIAS, Reinaldo. **Sustentabilidade: origem e fundamentos, educação e governança global, modelo de desenvolvimento.** São Paulo. Atlas. 2015. p. 35.

segundo Sachs é “(...) fundamental por motivos tanto intrínsecos quanto instrumentais, por causa da perspectiva de disrupção social que paira de forma ameaçadora sobre muitos lugares problemáticos do nosso planeta.”<sup>398</sup>

Dias descreve que:

Para atingir a sustentabilidade social, é necessário fundamentalmente: que erradique a pobreza; que se acabe com a fome, assegurando segurança alimentar e melhoramento da nutrição; que pessoas de todas as idades (de crianças a idosos) sejam beneficiadas com uma vida saudável e com acesso aos serviços básicos que devem ser prestados pelos Estados; que as mulheres e as meninas alcancem a igualdade entre os sexos, no acesso ao trabalho e em todas as oportunidades que surjam, e autonomia na tomada de decisões sobre qualquer aspecto de suas vidas; que seja reduzida a desigualdade dentro e entre os países; que aqueles atingidos pela extrema pobreza recebam auxílio do Estado até que estejam em condições de se autossustentarem.<sup>399</sup>

É preciso muito para atingir todos os pontos acima elencados sendo necessário um trabalho árduo de todos os governantes do mundo e a população, para que se possa cumprir com o tripé da sustentabilidade corretamente.

Para que seja cumprido o pilar social Sachs resume que é necessário que: “alcance de um patamar razoável de homogeneidade social; distribuição de renda justa; emprego pleno e/ou autônomo com qualidade de vida decente; igualdade no acesso aos recursos e serviços sociais.”<sup>400</sup>

Diante dessas premissas, nota-se que são grandes os objetivos a serem atingidos pela humanidade para conseguir interligar os três pilares e, em especial, o pilar social que é de grande valia para o mundo.

E o terceiro é o pilar ambiental, e mais preocupante, devido às grandes mudanças atuais nos sistema global, que tem afetado todo o planeta com o aquecimento global, o clima mudando, chuvas demais, secas avassaladoras e a degradação ambiental.

No pilar ambiental Freitas explica que:

Não se admite, no prisma sustentável, qualquer evasão da responsabilidade humana, vedado o retrocesso no atinente à biodiversidade, sob pena de empobrecimento da qualidade geral de vida. Em sentido figurado, não se pode queimar a árvore para colher os frutos. Não faz sentido contaminar águas vitais e se queixar e a matar. O saneamento é cogente. O ciclo de vida dos produtos e serviços é responsabilidade a ser compartilhada, tempestivamente.<sup>401</sup>

<sup>398</sup> SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro. Garamond. 2009. p. 15.

<sup>399</sup> DIAS, Reinaldo. **Sustentabilidade: origem e fundamentos, educação e governança global, modelo de desenvolvimento**. São Paulo. Atlas. 2015. p. 38.

<sup>400</sup> SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro. Garamond. 2009. p. 85

<sup>401</sup> FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade direito ao futuro**. 3º ed. Belo Horizonte. Fórum. 2016. p. 69

O pilar ambiental tem como modelo uma produção onde o consumo seja compatível com os meios naturais, assim a produção e consumo devem ser de tal forma que garanta aos ecossistemas a capacidade de resiliência.<sup>402</sup>

Nessa linha, várias são as frentes que buscam fortalecer o pilar ambiental, iniciando na Convenção de Estocolmo, Rio 92, Rio+20, sempre em busca de melhorias para o meio ambiente, visando uma proteção de toda a população global.

Esse pilar está em alta nas proteções atuais, pois sempre se aplicam alguns princípios para o cumprimento do pilar ambiental, como princípio do desenvolvimento, precaução, prevenção, poluidor pagador e responsabilidade.<sup>403</sup>

É necessário um cuidado especial com o desenvolvimento sustentável e o pilar ambiental para que segundo Fiorillo:

(...) a manutenção das bases vitais da produção e reprodução do homem e de suas atividades, garantindo igualmente uma relação satisfatória entre os homens e destes com o seu ambiente, para que as futuras gerações também tenham oportunidade de desfrutar os mesmos recursos que temos hoje à nossa disposição.<sup>404</sup>

Mas o ponto fundamental no recorte do trabalho é a prática da obsolescência programada, que se mostra na contramão do consumo sustentável, e no caso, os seus três pilares, pois essa prática os pilares da sustentabilidade.

Em um primeiro momento, no pilar econômico, pode-se atentar que a prática da obsolescência programada utilizada por alguns fornecedores juntamente com as matérias publicitárias incute na cabeça do consumidor que o mesmo precisa adquirir o produto novo, muitas vezes sem nem sequer possuir condições para pagar, mas mesmo assim, o consumidor compra.

Essa situação na esfera do pilar econômico pode gerar o chamado fenômeno do superendividamento e inadimplência no país. Esse fenômeno é, segundo Beroncello, “(...) denominado em Portugal de ‘sobrendividamento’, na França de ‘surendettement’ e na common law de ‘over-indebtedness’, constitui um dos principais problemas do mercado de

---

<sup>402</sup> SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento, includente, sustentável e sustentado**. Rio de Janeiro. Garamond. 2008. p. 55.

<sup>403</sup> ANTUNES, Paulo de Bessa. **Direito Ambiental**. 10º ed. Rio de Janeiro. Lumen Juris. 2007.

<sup>404</sup> FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 14º ed. São Paulo. Saraiva. 2013. p. 72.

consumo contemporâneo, em face do estímulo e da extrema facilidade de acesso ao crédito (...)"<sup>405</sup>

Esse problema que afeta o pilar econômico e vai na contramão do consumo sustentável é a impossibilidade que o consumidor/devedor, seja pessoa física, que de boa-fé passa por não conseguir adimplir com suas dívidas sejam elas momentâneas ou futuras.<sup>406</sup>

Nota-se que essa linha do pilar econômico vai na contramão ao princípio da boa-fé objetiva prevista no Código de Defesa do Consumidor, pois fere a prerrogativa de confiança que aquele produto é o melhor no mercado, afetando ainda os princípios da função social e solidariedade, por não está de acordo com a visão social que afeta não só os sujeitos envolvidos mas toda a sociedade

Já no pilar social, o que a obsolescência programada desregulada gera em muitas situações à exclusão social, pois as pessoas consumidoras quando se deparam com um novo produto, mesmo que o seu seja apenas um ano anterior ela já se sente fora de moda, excluída; isso é causado em muitos casos pela obsolescência de desejabilidade.

Conforme Santiago e Campello, o consumidor sente-se necessitado:

(...) consumir para definir o seu papel na sociedade, para alcançar o padrão pregado pela cultura de consumo, os indivíduos se lançam em aquisições impensadas, consequências de uma avaliação deturpada da suas possibilidades e má administração das suas finanças, o que já produz efeitos na economia do país e na questão da sustentabilidade.<sup>407</sup>

É necessário uma luta para diminuir a pobreza no mundo para tentar resolver essa situação de exclusão social. Atualmente 8 milhões pessoas morrem no mundo por serem pobres.<sup>408</sup> Esse número cresceu muito chegando atualmente a cerca de 800 milhões de pessoas atingidas pela pobreza segundo relatório da ONU.

No entanto, o que se percebe com a prática da obsolescência programada é que muitos produtos são colocados no mercados sem nem ter a necessidade, assim extrapolando o consumo por bens supérfluos enquanto faltam o mínimo necessário para bilhões de pessoas no mundo.

<sup>405</sup> BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. **Superendividamento do consumidor: mínimo existência – casos concretos**. São Paulo. Revistas dos Tribunais. 2015. p. 13.

<sup>406</sup> LIMA, Clarissa Costa de. **O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores**. São Paulo. Revistas dos Tribunais. 2014. p. 9.

<sup>407</sup> CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. SANTIAGO, Mariana Ribeiro. **O consumo colaborativo e sustentável na sociedade da informação**. Disponível em: < <http://portaltutor.com/index.php/conpedireview/article/viewFile/43/40> > Acesso em 05 jan. 2017. p. 144.

<sup>408</sup> SACHS, Jeffrey. **O fim da pobreza: como acabar com a miséria mundial nos próximos 20 anos**. São Paulo. Companhia das Letras. 2005. p. 27.

É preciso um maior cuidado, tanto das empresas na sua produção, como no consumo descontrolado, onde uns compram até mesmo o que nem precisam enquanto outros passam fome no mundo. Isso contraria totalmente o princípio da solidariedade.

Já o último, e mais debatido atualmente, é o pilar ambiental, pois atualmente o mundo está em uma luta constante com os problemas ambientais decorrentes do excesso de lixo e consumo desmedido de recursos naturais.

Freitas relata que, “de fato, certo com é que a degradação ambiental pode, no limite, inviabilizar a vida humana (e inviabilizou civilizações), incontornável se mostra o seu enfrentamento hábil e tempestivo, com ciência, prudência e tecnologia criticamente introduzida.”<sup>409</sup>

Diante dessa visão a obsolescência programada caminha na contramão do pilar ambiental, pois a alta taxa de produção de produtos em pouco tempo de uso dos antigos acaba gerando uma pilha de lixo, pois o consumidor, acaba descartando os antigos para comprar o novo.

Esse descarte é feito de forma desmedida, prejudicando o meio ambiente e gerando graves situações para as gerações futuras, pois o mundo está cada vez mais escasso de recursos naturais e cheio de lixo que não tem onde ser colocado.

Em síntese, a obsolescência programada está ferindo o pilar ambiental e a Lei 12.305/10, que trata da Política Nacional de Resíduos Sólidos, pois as empresas que praticam a obsolescência programada muitas vezes não possuem um setor para o recolhimento dos produtos descartados no meio ambiente, aumentando ainda mais a degradação ambiental.

Dias discorre que:

Não há dúvidas de que o desenvolvimento humano, principalmente após a Revolução Industrial, está tendo um efeito negativo no funcionamento adequado do meio ambiente natural. Muitos desses efeitos negativos afetam de tal modo o nosso mundo, que indicam claramente que as formas atuais de desenvolvimento são insustentáveis.

(...)

Cada indicador mostra um aspecto preocupante das consequências do modelo de desenvolvimento atual e os perigos de não incorporação da sustentabilidade na utilização dos recursos naturais.<sup>410</sup>

A não observância pelas empresas que praticam a obsolescência programada e os efeitos dela no meio ambiente está em desacordo com os princípios da função social da

---

<sup>409</sup> FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade direito ao futuro**. 3º ed. Belo Horizonte. Fórum. 2016. p. 68.

<sup>410</sup> DIAS, Reinaldo. **Sustentabilidade: origem e fundamentos, educação e governança global, modelo de desenvolvimento**. São Paulo. Atlas. 2015. p. 39.

empresas e solidariedade ferindo toda a coletividade por esse desrespeito e descumprem uma regra de conduta, ainda afetando a boa-fé objetiva.

Com essa visão, pode-se afirmar que a prática da obsolescência programada está indo na contramão do consumo sustentável em todos os seus pilares, econômico, social e ambiental, sendo necessário uma reavaliação das empresas que a utilizam, pois se no passado, quando houve a crise em 1929 essa prática foi de grande valia para economia, na atual situação ela está afetando a economia com inadimplência, superendividamento, o meio social com o aumento da pobreza, a exclusão social e no ambiental com a poluição devido ao grande acúmulo de lixo e a escassez dos recursos naturais.

Na encíclica *Laudato Si* o Papa Francisco traz um trecho interessante em que liga os pilares da sustentabilidade:

«eliminar as causas estruturais das disfunções da economia mundial e corrigir os modelos de crescimento que parecem incapazes de garantir o respeito do meio ambiente». [10] Lembrou que o mundo não pode ser analisado concentrando-se apenas sobre um dos seus aspectos, porque «o livro da natureza é uno e indivisível», incluindo, entre outras coisas, o ambiente, a vida, a sexualidade, a família, as relações sociais. É que «a degradação da natureza está estreitamente ligada à cultura que molda a convivência humana».<sup>411</sup>

Diante do exposto, é importante e necessário que os poderes políticos, econômicos e judiciários criem regras para moldar a prática da obsolescência programada praticada por algumas empresas, enquanto não se criar algo específico, a legislação vigente fornece mecanismos para essa atuação, como princípios da função social, solidariedade e boa-fé objetiva, o Código de Defesa do Consumidor e a Lei de Política Nacional de Resíduos Sólidos.

Para que essas mudanças ocorram será necessário que os consumidores mudem e saiam das garras do chamado biopoder que o Estado utiliza-se sobre eles, pois, como verifica-se nas palavras de Santiago e Andrade o Estado impõem um certo padrão para que os cidadão possam seguir, isso foi feito no início da obsolescência programada onde os jornais, livros foram publicados com a tentativa de fomentar a prática do consumo para que a economia crescesse.<sup>412</sup>

O problema é que a economia teve seu crescimento, mas o biopoder ainda existe, pois não foi repassado para pessoas que não precisa consumir de forma descontrolada por não ser

---

<sup>411</sup> IGREJA CATÓLICA. Papa (2013 -:Francisco). **Carta Encíclica Laudato Si:** sobre o cuidado da casa comum. São Paulo: Paulinas, 2015. p. 2.

<sup>412</sup> SANTIAGO, Mariana Ribeiro. ANDRADE, Sinara Lacerda. **A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: perspectiva jurídica do consumismo.** In: Revista Quaestio Iuris. v. 09. p. 1771-1786. Rio de Janeiro. 2016.

essa a vontade do Estado. Essa situação precisa mudar, por que o mundo está mudando e o meio ambiente clama por ajuda e é papel do Estado começar a utilizar o biopoder para proteger o meio ambiente.

Como forma de melhorar e tentar amenizar os prejuízos e a prática da obsolescência planejada, assim aplicando e seguindo o tripé da sustentabilidade é por meio de uma educação a todos, pois todos são consumidores em potencial, assim, se na educação já fosse passado informações, sobre proteção ao meio ambiente, consumismo desenfreado.

Pode-se falar em mudanças até mesmo na legislação consumerista, como está inclusa no Projeto de Lei do Senado nº 283/2012<sup>413</sup>, onde fala em educação financeira e ambiental, razão que poderia ser feito por meio de um projeto de lei, onde o Estado intervenha na sociedade, protegendo não são os consumidores, as gerações atuais e futuras.

Como pode se ver a obsolescência planejada foi uma ideia para o crescimento da crise de 1929, porém os anos passaram, a realidade não é mais a mesma, naquela época não havia a preocupação com os recursos ambientais, que atualmente existe, pois fumaça era sinal de progresso, hoje é sinal de irresponsabilidade.

Flores assim explica sobre o tema:

Essa prática foi desencadeada a partir de 1929, nos Estados Unidos, como medida de potencialização à economia que se encontrava estagnada por conta da crise econômica que assolou aquele país. A redução da vida útil dos produtos foi a saída encontrada pelos empresários para movimentar a economia, estimulando o consumo e, por conseguinte, impulsionando a produção. Aliado a isso, as técnicas de publicidade se tornaram mais sofisticadas e aptas a seduzir e criar novas necessidades nos consumidores.<sup>414</sup>

A obsolescência planejada foi utilizada como forma de alavancar a economia, porém, a economia cresceu e a prática continua; ainda é comumente utilizada por algumas empresas, na ânsia de angariar maiores lucros.

É preciso que o Estado se preocupe em demonstra por meio de um projeto de lei, onde se volta a uma educação financeira e ambiental para todos, desde criança, introduzindo a base dessa educação no próprio ensino básico, pois conforme a pesquisa realizada, 70% (setenta

---

<sup>413</sup> BRASIL. **Projeto de lei do senado nº 283 de 2012**. Disponível em: <[http://www.senado.gov.br/senado/codconsumidor/pdf/Anteprojetos\\_finais\\_14\\_mar.pdf](http://www.senado.gov.br/senado/codconsumidor/pdf/Anteprojetos_finais_14_mar.pdf)>. Acesso em: 24 jun. 2015.

<sup>414</sup> FLORES, Marcia Lunardi. Consumo e produção responsáveis: reflexões sobre obsolescência programada e política nacional de resíduos sólidos. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/4rvv15s2/H4A3h3T0y8Ny34P2.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.



por cento) dos participantes não sabiam o que era obsolescência planejada. Muito menos o mal que essa prática pode causar ao planeta, as gerações atuais e principalmente as futuras.<sup>415</sup>

Os recursos naturais são finitos, e a prática desenfreada de consumo gera a necessidade da manutenção da larga produção, aumentando a poluição e o crescimento do lixo, gerando um verdadeiro prejuízo ao meio ambiente e ferindo o princípio da solidariedade.

A educação é a base para se criar tudo, principalmente para a criação de um mundo que se preocupe com o tripé da sustentabilidade, garantindo um lugar melhor para todos.

Além de uma mudança na legislação para incluir um cuidado com a educação, seria necessário uma alteração na legislação para incluir obsolescência planejada como, existe no Código de Defesa do Consumidor sobre vício e defeito.

Necessário se faz um maior cuidado pelo judiciário, pois existe uma tentativa de criar uma fama de máquina do dano moral, fato que precisa ter cautela, principalmente na sua necessidade em que o valor da indenização deve ser proporcional, não causando enriquecimento ilícito a parte que entra com ação, mas também não deixando de lado a falha na prestação de serviço por parte dos fornecedores, situação que deve ser reprimida através do arbitramento de um valor significativo para que não vire hábito a prática de outros danos ao consumidor.

O Judiciário precisa conter a prática da obsolescência planejada, pois como se sabe a economia precisa ficar em constante crescimento, mas isso já é possível sem a utilização da prática da obsolescência planejada.

É necessário que o judiciário passe a entender que essa prática fere o Código de Defesa do Consumidor e os princípios da função social, solidariedade e boa-fé objetiva, além de causar graves danos ao tripé da sustentabilidade.

Outra forma que pode ajudar a redução da obsolescência planejada seria um projeto de Incentivos fiscais as empresas que não se utilizar da prática da obsolescência planejada, como já existe vários projetos de empresa verde, selos verdes. Todas essas formas seria uma boa saída para incentivar as empresas.

---

<sup>415</sup> Pesquisa sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em: <https://docs.google.com/forms/d/1PdZICGOOf2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

Os incentivos precisam ser generosos, para que as empresas não sigam pelo caminho que lhe são mais vantajosos, pois com a prática da obsolescência planejada o aumento do lucro é significativo, pois aumenta a produção e a procura.

O Estado precisa se ater a políticas públicas e ações afirmativas educacional, incentivando a população, consumidores em potenciais para praticarem um consumo consciente, evitando o consumismo. Muitos pensam que a economia precisa se manter, mas as políticas públicas e ações afirmativas são apenas como forma de conscientizar e não dizer que não é para comprar, mas sim para comprar o que se precisa de forma controlada, sem exageros.

Deve se explicar que o planeta está em risco e precisa de um cuidado conjunto de empresas, Estado e a população para garantir a proteção do meio ambiente para as atuais e futuras gerações.

Uma outra saída é a uma ação conjunta de cooperação entre Estado, empresa e consumidores para garantir um futuro para as próximas gerações, pois se houver uma preocupação com a prática da obsolescência planejada o meio ambiente será o maior prejudicado, sem contar a população que também sofrera com as consequências.<sup>416</sup>

Rossoni e Sanches explica que:

(...) não é apenas o lixo gerado que causa impactos ambientais, os resíduos sólidos são apenas a parte visível. A prática da obsolescência programada pelas indústrias, que criam produtos com vida útil reduzida para acelerar a cadeia produtiva, traz como consequências, como já apontado, a maior exploração de recursos naturais, mais emissão de gás carbônico na produção, maior consumo de água e energia, culminando no aumento da degradação do meio ambiente, afastando a humanidade do ideal e necessário conceito de sustentabilidade.<sup>417</sup>

No mesmo sentido Vasconcelos e Luna expõe que: “O legislador precisa inovar e passar a enfrentar a questão da obsolescência programada de forma clara, criando mecanismos

---

<sup>416</sup> ROSSINI, Valeria. SANCHES, Samyra Haydê Dal Farra Napolini. Obsolescência programada na sociedade de consumo e a solidariedade ambiental. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/0hgb728i/18f6ybWXJ1237P26.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.

<sup>417</sup> ROSSINI, Valeria. SANCHES, Samyra Haydê Dal Farra Napolini. Obsolescência programada na sociedade de consumo e a solidariedade ambiental. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/0hgb728i/18f6ybWXJ1237P26.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.

de eficácia comprovada na prevenção e reparação da prática, sem, contudo, cometer excessos – por serem prejudiciais por definição.”<sup>418</sup>

Essa visão é necessária para que seja cumprido o 12º objetivo da Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável<sup>419</sup>, mas para isso será necessário que todos estejam agindo de forma conjunta, Estado, por meio de políticas públicas conscientizando sobre um consumo sustentável.

As empresas precisam agir de acordo com o princípio da boa-fé objetiva e função social e aplicando o tripé da sustentabilidade evitando a prática da obsolescência planejada e aos consumidores que deverão aprender que a necessidade de consumo existe e é precisa para movimentar a economia<sup>420</sup>, porém deverá ser feita de forma consciente evitando a prática do consumismo alimentando a ânsia da obsolescência planejada pelos fornecedores.

---

<sup>418</sup> VASCONSELOS, Fernando Antônio de. LUNA, Arthur Augusto Barbosa. A atual proteção do cdc contra vícios de qualidade e a sua eficácia contra a obsolescência programada. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/k7v7r78l/iIKb1rDaGWvH61s0.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.

<sup>419</sup> FLORES, Marcia Lunardi. Consumo e produção responsáveis: reflexões sobre obsolescência programada e política nacional de resíduos sólidos. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/4rvv15s2/H4A3h3T0y8Ny34P2.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.

<sup>420</sup> FLORES, Marcia Lunardi. Consumo e produção responsáveis: reflexões sobre obsolescência programada e política nacional de resíduos sólidos. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/4rvv15s2/H4A3h3T0y8Ny34P2.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.

## CONCLUSÃO

O presente estudo apontou nuances históricas que explicam o panorama atual da sociedade consumista que se encontra numa avançada etapa de desenvolvimento industrial capitalista, impondo a si o consumo massivo de bens e serviços disponíveis, graças aos artifícios que garantem elevada produção; em contraponto mostra também os problemas decorrentes, quer no âmbito individual – empobrecimento, endividamento e inadimplência - quer em âmbito mais amplo, coletivo – pobreza, escassez de recursos naturais, descompromisso com o descarte de produtos obsoletos, ou seja, o lixo.

Mostrou ainda o desconhecimento desta prática, a começar pelo significado da palavra. A pesquisa mostrou que 70% dos participantes, cujo grau de instrução da maioria era elevado, desconhece, o termo. Um tanto quanto estarrecedor este dado.

As iniciativas de regulamentação da ação dos fornecedores no sentido de assegurar a integridade dos direitos do consumidor, pressupondo que nesta relação desigual o sempre será a parte hipossuficiente, pois mesmo que se esforce não está em igualdades de condições para se relacionar com as empresas, sendo necessário então, ser representado por órgão competentes com legislação específica, ainda não são suficientes. O Código de Defesa do Consumidor – CDC – tem sido a base nestas transações, e a Lei de Política Nacional de Resíduos Sólidos - Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010 - uma alternativa para os casos comprovados de danos ao meio ambiente com comprometimento da vida humana.

Com essa finalidade é que as mudanças precisam acontecer, pois a prática da obsolescência programada é algo que afeta não apenas aquele que está dentro da cadeia de consumo, mas a todos, pois o consumo gera lixo que acaba afetando o meio ambiente e todas as pessoas que dele dependa.

Por outro lado, pode-se afirmar que os objetivos traçados no relatório da ONU “Nosso futuro comum” estão longe de serem atingidos, comprovando que a obsolescência programada caminha na contramão do desenvolvimento sustentável. No âmbito social, percebe-se a manutenção da pobreza, a exclusão social e precariedade na qualidade de vida. No âmbito econômico cresce vertiginosamente a inadimplência e superendividamento, com taxas de juros cada vez mais altas, afetando grande parte da sociedade. No âmbito ambiental, o uso de recursos naturais de forma irresponsável na produção, e a falta de planejamento no descarte dos produtos obsoletos tem gerado um volume imensurável de resíduos.

O não cumprimento destas metas, além de afetar o tripé da sustentabilidade, fere os princípios da função social da sociedade, que deveriam primar pelas condutas éticas do bem

comum. No entanto algumas empresas adotam como política o pagamento de indenizações, ao invés do esforço de reinventar as relações de produção solidárias.

Por esta ótica, o princípio da solidariedade – e não menos importante o da boa-fé objetiva –, pode estar nas pautas de discussões de governantes ao redor do mundo, mas as práticas efetivas ainda não são capazes de abrandar o colapso instalado e que precisa ser atacado com veemência pelas esferas jurídicas, políticas, ambiental e social. O consumo não será extinto, mas práticas abusivas precisam ser controladas e penalizadas no rigor da lei.

Para essas melhorias, será necessário que o Estado, através de seus poderes Executivos, Legislativo e Judiciário, juntamente com as Empresas e consumidores, atuem de forma a criar uma colaboração para reduzir a prática da obsolescência programada.

Uma das primeiras possibilidades é um estudo na área da educação financeira, onde o Estado precisa criar legislações que inclua o ensino de educação financeira aos consumidores, educação essa que poderá ser por meio de alteração no Código de Defesa do Consumidor, por meio de políticas públicas ou ações afirmativas que terão o intuito de explicar aos consumidores a importância do consumo consciente para garantir uma melhor qualidade de vida. Esses atos poderão ser feitos por meio de palestras, propaganda na televisão, rádio e internet com a finalidade de trazer maior conhecimento a todos os consumidores.

Para alterar a visão atual do consumismo, será necessário que as pessoas passem a se preocupar com a responsabilidade de seus atos, que poderá ser favorável ou não para as gerações futuras.

É necessário também que o próprio Estado veja os riscos de manter políticas de incentivo ao consumo desenfreado, pois os prejuízos para as gerações futuras estão aumentando a cada dia que o Estado deixa de mudar ou fazer algo para mudar essa perspectiva, assim podendo ser um dos responsáveis no futuro pelos danos causados as novas e futuras gerações.

Uma outra possibilidade de melhora é posição ativa do poder judiciário com a aplicação das leis de forma mais dura a esses tipos de práticas, pois tal ato necessita de sanções que não causando enriquecimento ilícito a parte que entra com ação, mas também não deixando de lado a falha na prestação de serviço por parte dos fornecedores, situação que deve ser reprimida através do arbitramento de um valor significativo para que não vire hábito a prática de outros danos ao consumidor.

Essa mudança já vem acontecendo em alguns julgados citados no trabalho, mas ainda está longe de interferir a nível nacional. É preciso um fortalecimento dessas decisões, para

que a jurisprudência possa, juntamente com a doutrina, dar amparo legal aos magistrados na hora de suas decisões.

Além disso, uma outra vertente é o fortalecimento de incentivos fiscais às empresas, por meio de redução de impostos ou outros benefícios para que evite a prática da obsolescência programada, tornando-se empresas responsáveis com os princípios da boa-fé, função social e solidariedade, garantindo assim uma melhor qualidade de vida a toda a população mundial e as futuras gerações. Esses incentivos poderão ser feitos por meio de redução de alguns impostos, como ISS, ICMS, II.

Nessa mesma ótica, poderão ser realizados eventos, com premiações e divulgação das empresas que estão na busca por um consumo sustentável, com práticas limpas na criação de seus produtos, dando reconhecimento nacional por essas práticas e automaticamente favorecendo essas empresas que buscam atuar de acordo com sua função social.

## REFERÊNCIAS

- 1. Sociedade de consumo.** Produção. Programa Concertos de Ideias 2015. (26min). Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=NtG6c4EKZk8> > Acesso em 20 out. 2016.
- ADDARIO, Marilsen Andrade. **Conceituação de consumidor: destinatário final ou uso não profissional?** Revista de Direito do Consumidor. v. 75/2010. P. 166 – 213. Jul – Set. 2010.
- ALCARÁ, Marcos. **A evolução do direito do consumidor.** Disponível em: < [http://www.fmd.pucminas.br/Publicacoes/Publicacoes\\_Discente/DA%20EVOLU%C7%C3O%20HIST%D3RICA%20DO%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR.htm](http://www.fmd.pucminas.br/Publicacoes/Publicacoes_Discente/DA%20EVOLU%C7%C3O%20HIST%D3RICA%20DO%20DIREITO%20DO%20CONSUMIDOR.htm) > Acesso em: 22 mar. 2017.
- ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor.** 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2006.
- ALMEIDA, João Flávio de. **O discurso da obsolescência: o velho, o novo e o consumo.** São Carlos: UFSCar, 2014.
- ALVIM, Arruda et al. **Código do consumidor comentado.** 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.
- ANTUNES, Paulo de Bessa. **Direito Ambiental.** 10º ed. Rio de Janeiro. Lumen Juris. 2007.
- ARENHART, Sérgio Cruz. Ônus da prova e relações de consumo. In: CAPAVERDE, Adairdo Carmo (Org.); CONRADO, Marcelo (Org.). **Repensando o direito do consumidor: 15 anos do CDC (1990-2005),** Curitiba: OAB/PR, 2005.
- AUGUSTO, Maria Helena Oliva. Tempo e indivíduo no mundo contemporâneo: o sentido da morte. **Psicologia USP.** São Paulo, 1994, v. 5, n. 1-2. Disponível em: < [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-51771994000100012](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-51771994000100012) > Acesso em 01 maio. 2017.
- BARBAGALO, Erica Brandini. **Contrato eletrônicos: contratos formados por meio de redes de computadores: peculiaridades jurídicas da formação do vínculo.** São Paulo. Saraiva. 2001.
- BARBOSA, Alexandre de Freitas. **O mundo globalizado.** 5ª ed. São Paulo. Contexto. 2015.
- BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo.** Rio de Janeiro. Jorge Zahar. 2004.
- BARRETO JUNIOR, Irineu Francisco. **Atualidades do Conceito de sociedade da informação para a pesquisa jurídica.** In. O direito na sociedade da informação. Cor. Liliana Minardi Paesani. São Paulo. Atlas. 2007. 61 – 69.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Tradução. Artur Morão. Edições 70. Lisboa. 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização as consequências humanas**. Tradução Marcus Prenchel. Rio de Janeiro. Zahar. 1999.

\_\_\_\_\_, Zygmunt. **Vida líquida**. Tradução Carlos Alberto Medeiro, Rio de Janeiro. Zahar. 2005.

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

BECK Ulrich. **Sociedade de Risco: rumo a uma outra modernidade**. Tradução Sebastião Nascimento. São Paulo. Ed. 34. 2011.

BEJAMIN, Antônio Herman V. MARQUES. Claudia Lima, BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do Consumidor**. 7. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2016.

BEJAMIN, Antônio Herman V. **O direito do consumidor**. *Revistas dos Tribunais*. v, 670/1991. p. 49 – 61. Ago. 1991.

BELLANDI, Daniel. AUGUSTIN, Sérgio. **Obsolescência programada, consumismo e sociedade de consumo: uma crítica ao pensamento econômico**. In: XXIV Encontro Nacional do CONPEDI/UFS, 2015, Aracaju/SE. **Anais do XXIV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2015. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/c178h0tg/i9jl1a02/WQM34KU694IWz9h9.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.

BERTONCELLO, Káren Rick Danilevicz. **Superendividamento do consumidor: mínimo existência – casos concretos**. São Paulo. *Revistas dos Tribunais*. 2015.

BESSA, Leonardo Roscoe. **Fornecedor equiparado**. *Revista de Direito do Consumidor*. v. 1. p. 126 – 141. Jan – Mar. 2007.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito do consumidor: código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro. Forense Universitária. 1990.

BOA-FÉ. In: DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico: A-C**. 2. ed. rev. atual. e aum. São Paulo. Saraiva. 2005. v. 1.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é – o que não é**. 4º ed. Petrópolis. Vozes. 2015.

BOLZAN, Fabrício. **Direito do consumidor esquematizado**. 2. Ed. São Paulo. Saraiva. 2014.

BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. **Manual de direito do consumidor: à luz da jurisprudência do STJ**. 7. ed. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodivm, 2012.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **Decreto Lei nº 4.657 de 4 de setembro de 1942**. Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del4657compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del4657compilado.htm)>. Acesso em: 10 nov. 2016.



\_\_\_\_\_. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 15 nov. 2016.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Institui o código civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 25 fev. 2017.

\_\_\_\_\_. **Projeto de lei do senado nº 283 de 2012.** Disponível em: <[http://www.senado.gov.br/senado/codconsumidor/pdf/Anteprojetos\\_finais\\_14\\_mar.pdf](http://www.senado.gov.br/senado/codconsumidor/pdf/Anteprojetos_finais_14_mar.pdf)>. Acesso em: 24 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. Acórdão. **Recurso de Apelação nº AC 70046931457 RS.** 10ª Câmara Cível. Relator Des. Paulo Roberto Lessa Franz. 12 fev. 2012. Disponível em: <<https://tj-rs.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21348484/apelacao-civel-ac-70046931457-rs-tjrs>> Acesso em: 01 abr. 2017.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula 297 STJ.** Disponível em: <<https://www.legjur.com/sumula/busca?tri=stj&num=297>> Acesso em: 01 maio. 2017.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Acórdão. **Recurso Especial nº 1195642/RJ.** 3ª Turma. Relatora Min. Nancy Andrighi. 13 nov. 2012. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22829799/recurso-especial-resp-1195642-rj-2010-0094391-6-stj>> Acesso em: 01 abr. 2017.

CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor. **Revista de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**, Porto Alegre, n. 42, Magister, p. 35-58, dez./jan. 2012.

CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. SANTIAGO, Mariana Ribeiro. **O consumo colaborativo e sustentável na sociedade da informação.** Disponível em: <<http://portaltutor.com/index.php/conpedireview/article/viewFile/43/40>> Acesso em 05 jan. 2017.

CARDOSO, Alenilton da Silva. **Princípio da solidariedade:** a confirmação de um novo paradigma. *Revista DIREITO MACKENZIE*. v. 6, n. 1, p. 10-29.

CAVACO, Nanci Azevedo. **Consumismo é coisa da sua cabeça:** o poder do neuromarketing. Rio de Janeiro. Ferreira. 2010.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor.** São Paulo: Atlas, 2008.

CHIAVENATO, Júlio José. **Ética globalizada & Sociedade de consumo.** 2ª ed. São Paulo. Moderna. 2004.

COMPRAR, tirar comprar: **La história secreta de la obsolescência planejada.** Produção de Cosima Dannoritzer, 2011. (52m18s). Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=XW5pOx2ZI9c>>. Acesso em: 22 fev. 2017.

CORTEZ, ATC., and ORTIGOZA, SAG., orgs. **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura

Acadêmica, 2009. 146 p. ISBN 978-85-7983-007-5. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.

COSTA-MARTINS, Judith. **A boa-fé no direito privado**. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2000.

CUNHA, Belinda Pereira da. **Direito do Consumidor**. São Paulo. Saraiva. 2007.

DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: la historia secreta de la obsolescencia programada*. Produção de Cosima Dannoritzer. [S.l.] , Arte France, Televisión Española, Televisió de Catalunya, 2011. (52min18s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAo>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

DIAS, Reinaldo. **Sustentabilidade: origem e fundamentos, educação e governança global, modelo de desenvolvimento**. São Paulo. Atlas. 2015.

DINIZ, Maria Helena. **Tratado teórico e prático dos contratos**. São Paulo: Saraiva, 2006. v. 1.

ELKINGTON, John. **Canibais com garfo e faca**. São Paulo. M.Books do Brasil. 2012.

FARIAS, Cristiano Chaves de. ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil: parte geral e LINDB**. v. 1. 12. Ed. Salvador. Juspodvim. 2014.

\_\_\_\_\_, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil: contratos teoria geral e contratos em espécies**. 2. ed. v.4. rev. ampl. atual. Salvador: Juspodvim, 2012.

FERRAZ JUNIOR, Tércio Sampaio. **Introdução ao estudo do direito: técnica, decisão, dominação**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Capítulo I: disposições gerais**. In: GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. **Código de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 21-51.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Capítulo III: dos direitos básicos do consumidor**. In: GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. **Código de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. p. 116-142.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso fundamental de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de direito ambiental brasileiro**. 14º ed. São Paulo. Saraiva. 2013.

FLORES, Marcia Lunardi. Consumo e produção responsáveis: reflexões sobre obsolescência programada e política nacional de resíduos sólidos. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/4rvv15s2/H4A3h3T0y8Ny34P2.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.

**Ford é condenada por lançar dois modelos Fiesta no mesmo ano.** Disponível em: < <http://www.conjur.com.br/2016-jun-20/ford-condenada-lancar-dois-modelos-fiesta-mesmo-ano>>. Acesso em: 27 fev. 2017.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade direito ao futuro.** 3º ed. Belo Horizonte. Fórum. 2016.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole.** 6ª. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Record. 2007.

GOMES, Orlando. **Contratos.** 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

GONÇALVES JUNIOR, Antonio Otávio Alves. FERREIRA, Marcelo Andrade. **Estratégia de obsolescência programada: uma análise das consequências ambientais e sócio-econômicas.** In. Revista Administração de Empresa. n. 9. 9-25. Curitiba. 2009.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil 1: esquematizado.** v. 1. São Paulo: Saraiva, 2011.

GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. **Código de defesa do consumidor:** comentado pelos autores do anteprojeto. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

GUGLINSKI, Vitor. **Síntese Histórica do Direito do Consumidor nos EUA, Europa e Brasil.** Universo Jurídico, Juiz de Fora, ano XI, 09 de ago. de 2007. Disponível em: < [http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/4093/sintese\\_historica\\_do\\_direito\\_do\\_consumidor\\_no\\_s\\_eua\\_europa\\_e\\_brasil](http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/4093/sintese_historica_do_direito_do_consumidor_no_s_eua_europa_e_brasil) >. Acesso em: 22 de mar. de 2017.

IGREJA CATÓLICA. Papa (2013 -:Francisco). **Carta Encíclica Laudato Si:** sobre o cuidado da casa comum. São Paulo: Paulinas. p. 2015.

**Julgamento histórico: STJ proíbe publicidade dirigida às crianças.** Disponível em: < <http://www.migalhas.com.br/Quentes/17,MI235576,101048-Julgamento+historico+STJ+proibe+publicidade+dirigida+as+criancas> >. Acesso em: 30 jan. 2017.

KLAUSNER, Eduardo Antônio. **A globalização e a proteção do consumidor brasileiro.** *Revista de Direito do Consumidor.* v. 97/2015. p. 67 – 84. Jan. – Fev. 2015.

KUHN, Martin. **Império do imediato.** 2011. (17min.33s.). Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=IULDr1ev4s0> > Acesso em 20 out. 2016.

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

LIMA, Clarissa Costa de. **O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores.** São Paulo. Revistas dos Tribunais. 2014.

LIMA, Gabriela Eulalio de. **A sociedade de consumo e o desenvolvimento sustentável construído a partir do consumo colaborativo.** Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo**. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo. Companhia das Letras. 2007.

LUCCA, Newton de. **Direito do Consumidor: aspectos práticos perguntas e respostas**. São Paulo. Revistas dos Tribunais. 1995.

MACEDO JUNIOR, Ronaldo Porto. **Globalização e direito do consumidor**. Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor. v. 2. p. 1377 - 1389. Abr. 2011.

MARIMPIETRI, Flavia **O histórico da Defesa do Consumidor no Brasil e na Argentina**. In. Revista de Direito UNIFACS. N. 171. set. 2014.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006.

MATTOS, Antonio Carlos M. **Sistemas de informação: uma visão executiva**. São Paulo. Saraiva. 2005.

MENDONÇA, Claudia Maria Moreira Kloper. **A pós-modernidade e o consumismo no mundo globalizado**. 1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Sustentabilidade. I. Encontro Nacional do CONPEDI (25: 2016: Brasília, DF).

MORAES, Kamila Guimarães. **Obsolescência planejada e direito: (in) sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2015.

NADER, Paulo. **Introdução ao estudo do direito**. 30. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

NERY JUNIOR, Nelson. NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código Civil Comentado**. 10. Ed. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2013.

NETO VERTORE, Hilário. **Obsolescência planejada: o lançamento de tecnologias obsoletas e a lesão ao consumidor**. Dissertação de Mestrado. Marília. UNIMAR. 2016.

NORAT, Markus Samuel Leite. Evolução histórica do direito do consumidor. **Revista Jurídica Cognitio Juris**, João Pessoa, a. I, n. 2, ago. 2011. Disponível em: <<http://www.cognitiojuris.com/artigos/02/12.html>>. Acesso em 05 jan. 2017.

NUNES, Rizatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

PADILHA, Valquíria. **Obsolescência planejada: armadilha silenciosa na sociedade de consumo**. Le Monde Diplomatique Brasil. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1489>>. Acesso em 20/01/2017.

PAULA, Victor Augusto Lima de. **Globalização, direito e internet: constatações e perspectivas**. Revista Jurídica. v. 2. n. 43. 2016. Disponível em: <<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/index>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

PEIXOTO, Ulisses Vieira Moreira. **Código de defesa do consumidor comentado**. Campo Grande. Contemplar. 2012.

PESQUISA sobre obsolescência programada realizada pelo sistema Formulário Google realizada entre os dias 20/06/16 à 20/07/16, tendo 249 (duzentos e quarenta e nove) participantes. Disponível em:  
<https://docs.google.com/forms/d/1PdZlCGOf2VGGMPccWm8zPFsVtyjE8ehpI5pKlqUV79U/viewform?c=0&w=1>.

PINTO, Cristiano Vieira Sobral. **Direito civil sistematizado**. 4ª ed. Rio de Janeiro. Gen/Forense. 2012.

REALE, Miguel. **Lições preliminares de direito**. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

REIS, Iuri Ribeiro Novais de. **O princípio da vulnerabilidade como núcleo central do código de defesa do consumidor**. Revista dos Tribunais. v. 956/2015. p. 89 – 114. Jun. 2015.

RENNER, Rafael Henrique. **Obsolescência programada e consumo sustentável: algumas notas sobre um importante debate**. Disponível em <  
[http://www.faa.edu.br/revistas/docs/RID/2012/RID\\_2012\\_27.pdf](http://www.faa.edu.br/revistas/docs/RID/2012/RID_2012_27.pdf) > Acesso em 25. Jun. 2017.

ROSSINI, Valeria. SANCHES, Samyra Haydê Dal Farra Napolini. Obsolescência programada na sociedade de consumo e a solidariedade ambiental. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em:  
 <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/0hgb728i/18f6ybWXJ1237P26.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro. Garamond. 2009.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento, incluyente, sustentável e sustentado**. Rio de Janeiro. Garamond. 2008.

SACHS, Jeffrey. **O fim da pobreza: como acabar com a miséria mundial nos próximos 20 anos**. São Paulo. Companhia das Letras. 2005.

SANTANA, Héctor Valverde. **Globalização econômica e proteção do consumidor: o mundo entre crises e transformações**. Revista de Direito do Consumidor. V. 98/2005. p. 135 – 151. Mar – Abr. 2015.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro. ANDRADE, Sinara Lacerda. **A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: perspectiva jurídicas do consumismo**. In. Revista Quaestio Iuris. v. 09. Nº 04. Rio de Janeiro. 1771-1786. 2016.

\_\_\_\_\_, Mariana Ribeiro; CAMPELLO, Lívia Gaigher Bósio. **Função solidária: a terceira dimensão dos contratos**. Disponível em: <  
<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=7283518d47a05a09> > Acesso em 20 maio. 16.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SARAIVA, Bruno Cozza. VERAS NETO, Francisco Quintanilha. **Estado, Constituição e Globalização: a retomada do social e a construção do ambiental**. In. Revista Veredas do Direito, v. 12. N. 23. p. 337-366 – Janeiro/Junho. Belo Horizonte. 2015.

SCHERKERKEWITZ, Ivo Chaitz. **Direito e Internet**. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2014.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. Tradução. Daniel Moreira Miranda. São Paulo. Edipro. 2016.

SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**. São Paulo. Globo. 2014.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Cláusulas abusivas no código de defesa do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

SILVA, Maria Beatriz de Oliveira. **Obsolescência programada e teoria do decrecimento versus direito ao desenvolvimento e ao consumo (sustentáveis)**. In. Revista Veredas do Direito. Belo Horizonte. v. 9, nº 17. P. 181 – 196. Janeiro/Junho de 2012.

SOLA, Diogo Diniz Lopes. **Globalização e a crise do estado moderno: perspectivas e desafios do desenvolvimento sustentável**. Curitiba. Juruá. 2015.

SOUZA NETO, Mello João Baptista de. **Direito civil: parte geral**. 6. ed. São Paulo. Atlas, 2007.

SOUZA, Oreonnilda de. OLIVEIRA, Lourival José de. **Globalização e relações de consumo: servidão moderna e degradação ambiental**. In. Revista Direito Ambiental. v. 6. n. 2. 2016.

TARTUCE, Flávio. **Função social dos contratos: do código de defesa do consumidor ao código civil de 2002**. São Paulo: Método, 2007.

TARTUCE, Flávio. NEVES, Daniel Amorin Assumpção. **Manual de direito do consumidor**. 3. Ed. Rio de Janeiro. Forense. São Paulo. Método. 2014.

VASCONSELOS, Fernando Antônio de. LUNA, Arthur Augusto Barbosa. A atual proteção do cdc contra vícios de qualidade e a sua eficácia contra a obsolescência programada. In: XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU, 2017, Curitiba/PR. **Anais do XXV Encontro Nacional do CONPEDI/UFU**. Florianópolis/SC: Fundação Boiteux, 2017. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/publicacoes/02q8agmu/k7v7r78l/ilKb1rDaGWvH61s0.pdf>>. Acesso em 24 jun. 2017.

VEIGA, José Eli da, **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro. Garamond. 2010.

VENOSA, Silvio de Salvo. **Direito civil: teoria geral das obrigações e teoria geral dos contratos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004. v. 2.

WALD, Arnaldo. **Novas perspectivas da empresa - (vistas por um advogado)**. Revista Tributária e de Finanças Públicas. vol. 1 p. 39 – 50. Dez. 2010.

ZANELLATO, Marco Antonio. **Consideração sobre o conceito jurídico de consumidor**. Revista de Direito do Consumidor. v. 45/2003. p. 172 – 191. Jan – Mar. 2003.

ZAPATER, Tiago Cardoso. **A interpretação constitucional do código de defesa do consumidor e a pessoa jurídica como consumidor – monografia com menção honrosa.** Revista de Direito do Consumidor. v. 40/2001. p. 170 – 198. Out – Dez. 2001.

ZOLO, Danilo. **Globalização: um mapa dos problemas.** Florianópolis: Conceito Editorial, 2010.