

DANIELA ROCHA PEREIRA

**DA PRÁTICA ABUSIVA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA  
FRENTE AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

CURSO DE DIREITO - UniEVANGÉLICA

2024

DANIELA ROCHA PEREIRA

**DA PRÁTICA ABUSIVA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA  
FRENTE AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Monografia apresentada ao Núcleo de Trabalho Científico do curso de Direito da UniEVANGÉLICA – Universidade Evangélica de Goiás, como exigência parcial para a obtenção de grau de bacharel em Direito.

Orientador: Professor Me. Rivaldo Jesus Rodrigues.

ANÁPOLIS - 2024

DANIELA ROCHA PEREIRA

**DA PRÁTICA ABUSIVA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA  
FRENTE AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Anápolis, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ 2024.

BANCA EXAMINADORA

---

---

*À mamãe e ao papai, Maria Célia e Francisco Carlos, por todo amor e incentivo.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à Deus, que me trouxe até aqui e não permitiu que eu desistisse no caminho, apesar das dificuldades enfrentadas. Que sempre esteve sempre comigo, me orientando, me consolando e renovando minhas forças para continuar. Agradeço também aos meus pais por toda dedicação, amor, carinho e orientação em toda minha vida, os quais não mediram esforços para sempre me proporcionar o melhor e me ajudar a realizar os meus sonhos.

Agradeço também a todos aqueles que estiveram comigo no caminho, aos meus familiares, aos meus professores e mestres, aos meus colegas de curso e trabalho e as servidoras da 2° Vara Criminal de Anápolis, que foram tão solícitas àquela voluntária que pouco sabia, mas que estava disposta a aprender. Toda honra e glória seja dada ao Senhor, que cumpre suas promessas.

## RESUMO

O presente trabalho aspira estudar as práticas da obsolescência programada realizada pelos fornecedores, demonstrando a abusividade das mesmas frente ao Código de Defesa do Consumidor. O estudo foi baseado em pesquisas bibliográficas utilizando-se de livros, artigos, dissertações de mestrado e teses de doutorado, além da legislação vigente relevante ao tema. Examina-se, inicialmente, o resguardo constitucional do Código de Defesa do Consumidor e seu surgimento. Em seguida, conceitua-se seus elementos subjetivos (consumidor e fornecedor), bem como os elementos objetivos (produto e serviço) da relação de consumo. Por fim, discorre-se sobre as práticas abusivas da Lei nº8.078 de 1990 e analisa-se a obsolescência programada, conceituando-a e exemplificando-a como prática abusiva diante da lei consumerista.

**Palavras-chave:** Obsolescência Programada. Práticas Abusivas. Consumo. Proteção ao Consumidor.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I - RESGUARDO CONSTITUCIONAL DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL E SEU SURGIMENTO .....</b>	<b>3</b>
1.1 Princípios.....	6
1.1.1 Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor.....	8
1.1.2 Princípio da Boa-fé .....	10
1.1.3 Princípio da Transparência e Informação .....	12
1.1.4 Princípio da Equidade .....	13
<b>CAPÍTULO II - DA RELAÇÃO DE CONSUMO .....</b>	<b>15</b>
2.1 Relação Jurídica geral.....	15
2.2 Elemento Subjetivo da Relação de Consumo – consumidor e fornecedor.....	16
2.2.1 Consumidor .....	17
2.2.2 Fornecedor .....	20
2.3 Elemento Objetivos da Relação de Consumo – produto e serviço.....	22
<b>CAPÍTULO III - DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E DA PRÁTICA ABUSIVA..</b>	<b>24</b>
<b>.....</b>	<b>24</b>
3.1 Abuso de direito.....	24
3.2 Práticas Abusivas .....	25
3.2.1 Venda Casada .....	26
3.2.2 Recusa de Atendimento .....	27
3.2.3 Entrega sem solicitação do consumidor .....	27
3.2.4 Prevalhecimento Abusivo .....	28
3.2.5 Vantagem Excessiva .....	28

3.2.6 Serviços Sem Orçamento e Repasse de Informação Negativas sobre o Consumidor .....	28
3.2.7 Normas Técnicas.....	28
3.3 Da Obsolescência Programada.....	29
3.3.1 Tipos de Obsolescência Programada.....	30
3.4 A Obsolescência Programada como Prática Abusiva no CDC .....	33
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>37</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>39</b>

## INTRODUÇÃO

A sociedade está em constante evolução e o direito, como fruto de uma realidade social, deve acompanhar seus passos, se modificando ao longo da história e avançando com ela. Assim, uma característica da sociedade moderna é a busca desenfreada pela sensação de satisfação e apaziguamento, encontrando-as através do consumo. Desse modo, devido a crescente relação de consumo, fez-se necessário a criação de uma lei para resguarda o consumidor.

Ressalta-se que o Código de Defesa do Consumidor no Brasil é considerado um microssistema e busca reequilibrar as relações jurídicas de consumo. Dessa forma, possui princípios próprios capazes de proteger os consumidores, considerados por ele vulneráveis.

Faz-se necessário na relação de consumo alguns elementos, tais como os elementos subjetivos, que se refere aos consumidores, destinatários finais e aos fornecedores, que fornecem o produto ou executam o serviço, os quais seriam os elementos subjetivos da relação de consumo.

Diante de tal cenário, a população moderna se encontra propicias a consumirem cada vez mais devido a várias influências e situações. Uma delas tem relação com a obsolescência programada, tática encontrada pelos fornecedores na década de 1920 para fomentar o consumo e movimentar a economia que se encontrava precária na época, principalmente nos Estados Unidos devido à crise de 1929.

Define-se obsolescência programada como método utilizada para reduzir de forma drástica a vida útil de um bem. Podemos citar três tipos de obsolescência programada: Obsolescência de função, obsolescência de qualidade e obsolescência de deseabilidade ou psicológica. Com a modernização e avanço da tecnologia, a

obsolescência programada foi se repaginando e se infiltrando de forma ainda mais sutil do que antes.

Porém, devido a forma como ocorre, negando conhecimento ao consumidor, que alheio as artimanhas empregadas, adquire um produto sem saber que o mesmo já foi programado para estragar, não devido ao tempo de uso, mas para que a sua obsolescência se torne nítida em um prazo menor do que o normal, incentivando a compra de um novo.

Ante o exposto, verifica-se a abusividade de tais práticas, ferindo os dispositivos e princípios da lei consumerista vigente no território brasileiro. Dessa forma, o presente trabalho procura elucidar em três capítulos como a obsolescência programada é considerada prática abusiva frente ao Código de Defesa do Consumidor, apesar do mesmo não tratar sobre o tema de forma expressa, concretizando-se através de analogias, julgados e estudos voltados ao tema.

## **CAPÍTULO I - RESGUARDO CONSTITUCIONAL DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL E SEU SURGIMENTO**

A sociedade está em constante evolução e diante da crise da modernidade, transformações ocorrem também no âmbito social, sendo possível verificar tal modificação na relação de consumo, que se tornou parte do cotidiano do indivíduo moderno.

Contemporaneamente, busca-se satisfazer cada vez mais as vontades e desejos desse indivíduo, mesmo que seu consumo não seja agora apenas para necessidades básicas, e, como discorre Zygmunt Bauman:

A sociedade de consumo tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo sonhar, mas a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua insatisfeito; mais importante ainda, quando o cliente não está plenamente satisfeito – ou seja, enquanto não se acredita que os desejos que motivaram e colocaram em movimento a busca da satisfação e estimularam experimentos consumistas tenham sido verdadeira e totalmente realizados (2008, p. 63).

Assim, o consumo humano passa a ter características particulares, o tornando complexo e especialmente central na vida e na rotina de muitas pessoas, chegando a ser, como um dos elementos que compõe a própria existência humana. Por essa razão, a importância de existir diretrizes capazes de resguardar essa multiforme cadeia das relações de consumo (Giancoli 2024).

Segundo Cláudia Lima Marques (2013, p. 31):

[...] o chamado direito do consumidor é um ramo novo do direito, disciplina transversal entre o direito privado e o direito público, que visa proteger um sujeito de direitos, o consumidor, em todas as suas relações jurídicas frente ao fornecedor, um profissional, empresário ou comerciante (*apud* Bezerra, 2017, p. 14).

Tradicionalmente, a preocupação com os direitos dos consumidores é atribuída ao discurso do Presidente John Kennedy no ano de 1962, no Congresso

norte-americano, após discursar sobre os direitos básicos de proteção do consumidor, enumerando-os como direito à segurança, à informação, o direito de escolha e o direito a ser ouvido, sendo um ponto de partida para a criação de diversas normas no país, ainda nos anos 60 (Miragem, 2024).

Seguindo ainda o entendimento do autor, foi realizada a Conferência Mundial do Consumidor em 1972 em Estocolmo e no ano de 1973, foi deliberado pela Comissão das Nações Unidas sobre os Direitos do Homem quatro direitos fundamentais gozados pelo consumidor, os mesmos enumerados no discurso de John Kennedy, além de ter sido aprovado nesse mesmo ano a Resolução 543 que deu origem à Carta Europeia de Proteção ao Consumidor, sendo a partir daí percebido uma evolução quanto à elaboração e promulgação de leis que protegem o consumidor ao redor do mundo.

Sendo assim, fez-se necessária mudanças e atualizações ao direito para ser cada vez mais capaz de resguardar à pessoa do consumidor e permitir o equilíbrio na relação de consumo, como bem preceitua Bruno Giancoli: “o direito, conquanto seja essencial à sociedade, acompanha a condição humana de consumo, diante dos entrecosques dos relacionamentos entre as pessoas” (2024, p. 9).

No Brasil, a temática do direito do consumidor, começou de forma sucinta na década de 1970, após a criação de associações e entidades governamentais voltadas para o tema, manifestando-se mais fortemente após a implantação do Plano Cruzado nos anos 80 e a problemática financeira causada por ele (Giancoli, 2024).

A Constituição Federal Brasileira de 1988, seguindo a tendência mundial, traz expressamente em seu artigo 5º, inciso XXXII que “O Estado promoverá a defesa do consumidor na forma da lei” (Brasil, 1988).

Nesse mesmo sentido, no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), diz que: “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor” (Brasil, 1988).

Rizzato Nunes (2024) discorre que a República Federativa do Brasil tem sua fundação nos valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, gerando essa última, responsabilidade social. Dessa forma, ao discorrermos no artigo 170 da Constituição Federal, que trata dos princípios gerais da atividade econômica, dispõe em seu inciso V que:

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

É constatado, portanto, que o direito e defesa do consumidor é salvaguardado pela Constituição do Brasil, estando atenta as mudanças que ocorrem na sociedade moderna. Dessa forma, a Lei nº 8.078 entrou em vigor no Brasil em 1990, chamada de Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Entende-se que o Código de Defesa do Consumidor é muito tardia, visto que a entrada em vigor do Código Civil Brasileiro anterior a sua criação, foi datada em 1917, quase, como o mesmo cita, um século inteiro aplicando às relações de consumo a lei civil. Nesse sentido, Rizzatto Nunes discorre que:

[...] Em relação ao direito civil, pressupõe-se uma série de condições para contratar, que não vigem para relações de consumo. No entanto, durante praticamente o século inteiro, no Brasil, acabamos aplicando às relações de consumo a lei civil para resolver os problemas que surgiram e, por isso, o fizemos de forma equivocada. [...] Nos Estados Unidos, que hodiernamente é o país que domina o planeta do ponto de vista do capitalismo contemporâneo, que capitaneia o controle econômico mundial (cujo modelo de controle tem agora o nome de globalização), a proteção ao consumidor havia começado em 1890 com a Lei Sherman, que é a lei antitruste americana. (2024, p 19).

O Código de Defesa do consumidor como uma lei principiológica, constituída de princípios que tem como finalidade buscar o reequilíbrio na relação jurídica entre fornecedor e o consumidor (Almeida, 2024).

Bruno Miragem preceitua o CDC como um microssistema, surgindo após a promulgação do mesmo. Assim:

O próprio constituinte, ao determinar, no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, que o legislador elaboraria um código, indica uma organização normativa sistemática, de regras e princípios, orientada para a finalidade constitucional de proteção do mais fraco na relação de consumo (2024, p. 12).

Vale ressaltar que “microssistema é uma expressão cunhada pelo Prof. Natalino Irti, da Universidade de Roma, nos anos 1970, para indicar a transformação ocorrida no âmbito do direito privado”, conforme elucida Sérgio Cavalieri Filho (2022, p. 30).

O CDC não se trata de um diploma legal monotemático, mas abrange vários ramos jurídicos, sendo autônoma em relação ao Código Civil ou a qualquer lei,

podendo incidir sobre normas de direito civil, administrativo, dentre outros (Khoury, 2020).

O autor concluí que se trata de diploma especial que regula um direito fundamental, retira, portanto, a incidência de qualquer norma que seja incompatível com ela, mesmo que anterior ou posterior.

Isto posto, “o campo de incidência do Código de Defesa do Consumidor, portanto, é abrangente, difuso, permeia todas as áreas do Direito, pelo que não guarda semelhança com as leis de locações, falências etc.” (Cavaliere Filho, 2022, p. 30).

Entende-se, também, que “a Lei nº 8.078 é norma de ordem pública e de interesse social, geral e principiológica, ela é prevalente sobre todas as demais normas anteriores, ainda que especiais, que com ela colidirem” (Nunes, 2024, p. 48).

Definindo-a em seu artigo 1º que “o presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias” (Brasil, Lei nº 8.078, 1990).

A ordem pública exprime regras diferenciadas e caráter preferencial diante de outras, tendo a mesmo cunho cogente do diploma. Quanto ao interesse social, vale ressaltar que o interesse privado irá perecer diante do interesse coletivo e difuso. (Giancoli, 2024).

Destarte, “pode-se dizer que o Código de Defesa do Consumidor tem eficácia supralegal, ou seja, está em um ponto hierárquico intermediário entre a Constituição Federal de 1988 e as leis ordinárias” (Tartuce *et al.*, 2024, p. 9). Diante disso, vale frisar que o Código de Defesa do Consumidor está diretamente subordinado à Constituição Federal de 1988, devendo respeitar todos os seus preceitos.

Portanto, é de grande importância a evolução da Proteção aos Direitos do Consumidor no Brasil, frente ao avanço da sociedade mundial, que traça cada vez mais uma cultura de consumo e uma busca desenfreada por satisfazer suas experiências consumeristas.

## 1.1 Princípios

O artigo 1º do Código de Defesa do Consumidor, traz algumas de suas características. Dentre ela está que o CDC é uma norma principiológica, ou seja, ela

possui princípios próprios, sendo gerais, específicos e até mesmo complementares, capazes de conferir direitos aos consumidores, que são tidos como mais vulneráveis na relação de consumo.

Como compreende Bandeira de Mello (2010, p. 53), nas palavras do, que princípio:

é, pois, por definição, mandamento nuclear de um sistema, verdadeiro alicerce dele, disposição fundamental que se irradia sobre diferentes normas, compondo-lhes o espírito e servindo de critério para exata compreensão e inteligência delas, exatamente porque define a lógica e a racionalidade do sistema normativo, conferindo-lhe a tônica que lhe dá sentido harmônico (*apud* Almeida, 2024, p.124).

Os princípios não servem apenas para tampar as lacunas existentes na lei, mas também para impedir que normas injustas venham a prevalecer, sendo aplicados de forma imediata. Para o autor, nem sempre os princípios serão explícitos, como no caso dos artigos 1º, 4º e 6º do CDC, mas podem ser também implícitos na lei, como no caso do princípio que rege a função social do contrato (Tartuce, 2024).

Segundo argumenta Bruno Giancoli (2024, p. 21) “os princípios inseridos nos incisos do art. 4º do CDC servem como razões para as demais regras de proteção aos consumidores, ou seja, devem iluminar sua correta aplicação”. A Política Nacional das Relações de Consumo citada no referido artigo leva o autor a concluir que seus incisos possuem normas que otimizam todo o sistema protetor do consumidor, sendo mais abrangentes do que as demais. O artigo 4º do CDC diz que:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

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

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

a) por iniciativa direta;

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

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

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

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a

necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

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

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

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

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

IX - fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores;

X - prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor é muito mais do que apenas um conjunto de normas, pois ele se destaca pela capacidade de conter princípios que proporcionam uma adequada defesa ao consumidor vulnerável, princípios estes que lhe são peculiares (Filomeno, 2018).

Perante o exposto, apresentam-se adiante alguns dos princípios retirados do CDC, atuantes na função de adequar a norma ao caso concreto, viabilizando a proteção ao consumidor na relação de consumo. Resta esclarecer que outros princípios são enumerados pela doutrina e jurisprudência, porém, buscou-se trazer neste trabalho somente os principais deles, e seus correlatos, pertinentes ao objeto de estudo em questão.

### *1.1.1 Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor*

Enquadrado no artigo 4º, inciso I do CDC, o princípio da vulnerabilidade do consumidor se mostra um dos mais importantes. É possível observar que o legislador quis resguardar o consumidor em situações jurídicas de consumo, visto seu limitado conhecimento sobre o produto ou pelo serviço disposto no mercado, o tornando assim, mais vulnerável.

O princípio da vulnerabilidade não fere o princípio constitucional da isonomia, visto o tratamento diferenciado (protetivo e defensivo), pois o mesmo é

fundamentado pela diferença de forças existentes entre as pessoas que compõe essa relação de consumo (Giancoli, 2024).

Por vulnerabilidade, há de se entender a fragilidade dos consumidores, em face dos fornecedores, quer no que diz respeito ao aspecto econômico e de poder aquisitivo, quer no que diz respeito às chamadas informações disponibilizadas pelo próprio fornecedor ou ainda técnica (Filomeno, 2018, p. 14).

Vale compreender que a vulnerabilidade é uma qualidade intrínseca a qualquer pessoa que se caracterize como consumidor, sem levar em consideração sua condição social, cultural ou econômica, sendo considerada pelo CDC como uma presunção absoluta, ou seja, não admite prova em contrário. Assim, preceitua Flávio Tartuce:

[...] entendo que, para se reconhecer a vulnerabilidade, pouco importa a situação política, social, econômica ou financeira da pessoa, bastando a condição de consumidor, enquadramento que depende da análise dos arts. 2º e 3º da Lei 8.078/1990, para daí decorrerem todos os benefícios legislativos, na melhor concepção do Código Consumerista (2024, p. 32).

A título de exemplo, se um empresário bem sucedido granjear produtos para sua empresa, ele não será considerado como destinatário final, não se enquadrando como consumidor. Porém, se o mesmo empresário adquirir produtos para seu uso particular, já é considerado vulnerável em razão da sua condição de consumidor.

Existe três espécies de vulnerabilidade, sendo elas: vulnerabilidade técnica que tem relação, como já dito anteriormente, à falta de conhecimento por parte do consumidor sobre o produto ou serviço adquirido; vulnerabilidade jurídica corresponde também a falta de conhecimento por parte do consumidor, só que em relação aos seus direitos e/ou deveres; por fim, a vulnerabilidade econômica diz respeito ao poder econômico do fornecedor, sendo ele detentor de um monopólio ou de um produto/serviço de característica essencial, por exemplo (Almeida, 2024).

O referido doutrinador traz ainda mais um tipo de vulnerabilidade, porém, não enquadrada para todos os autores da área, que se refere a vulnerabilidade informacional. Refere-se “[...] à importância das informações a respeito dos bens de consumo e sobre sua influência cada vez maior no poder de persuadir o consumidor

no momento de escolher o que comprar ou contratar no mercado consumidor" (Almeida, 2024, p. 127).

Outra situação importante é salientar que o consumidor é vulnerável, porém, nem sempre é hipossuficiente. A hipossuficiência, presente no artigo 6º, inciso VIII, do CDC, depende do caso concreto para ser estabelecida, podendo ser econômica ou processual (Miragem, 2024).

Desse modo, o conceito de hipossuficiência vai além do sentido literal das expressões pobre ou sem recursos, aplicáveis nos casos de concessão dos benefícios da justiça gratuita, no campo processual, [...] devendo ser apreciado pelo aplicador do direito (consumerista) caso a caso [...] (Tartuce, 2024, p. 33).

A doutrina e a jurisprudência têm reconhecido um grupo de consumidores considerados hipervulneráveis, ou seja, aqueles cuja debilidade se apresenta de forma mais grave. Cláudia Lima Marques esclarece que:

A jurisprudência brasileira reconhece a hipervulnerabilidade de alguns consumidores, por idade (idosos, crianças, bebês, jovens), condições especiais de saúde (doentes, contaminados com o vírus HIV), e necessidades especiais, como especificam os arts. 37, §2º, e 39, IV, do CDC (2013, p. 104-105).

### 1.1.2 Princípio da Boa-fé

O princípio da boa-fé é um dos princípios de maior relevância tanto para o direito do consumidor, quanto para o direito contratual contemporâneo, além de englobar todos os demais princípios.

Está previsto expressamente no CDC em seu artigo 4º, inciso III, e mais tarde no artigo 51, inciso IV da mesma lei, que enuncia:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: [...] IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam **incompatíveis com a boa-fé** ou a equidade; [...] (BRASIL, Lei nº8.078,1990, grifo nosso).

Apesar da previsão, a boa-fé prevista na Lei nº8.078/90, é a boa-fé objetiva, onde o enfoque se trata das regras de condutas, não só para o fornecedor, mas

também para os consumidores, analisando no caso concreto se os mesmos agiram ou não com boa-fé na relação consumerista.

Assim, deve existir sempre sinceridade e lealdade entre as partes da relação de consumo para se manter o equilíbrio entre elas, evitando situações que incidam abusos ou fraudes e proporcionando maior proteção ao consumidor (Almeida, 2015).

Faz-se necessário realizar a distinção entre a boa-fé objetiva, adotada pela lei consumerista, da boa-fé subjetiva. A boa-fé subjetiva tem o enfoque para as questões internas e psicológicas dos sujeitos de direito e a mesma não faz parte do objeto de estudo do CDC (Almeida (2024).

Nesse sentido, destacamos os ensinamentos da doutrina consumerista:

A boa-fé subjetiva diz respeito à ignorância de uma pessoa acerca de um fato modificador, impeditivo ou violador de seu direito. É, pois, a falsa crença sobre determinada situação pela qual o detentor do direito acredita em sua legitimidade, porque desconhece a verdadeira situação [...]. Já a boa-fé objetiva, que é a que está presente no CDC, pode ser definida, grosso modo, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo [...]. (Nunes, 2024, p. 68).

E em continuação, Bruno Giacoli ensina que a boa-fé objetiva “[...] indica o comportamento objetivamente adequado aos padrões de ética, lealdade, honestidade e colaboração exigíveis nas relações de consumo. Boa-fé objetiva é ética negocial” (2024, p. 24).

Ressalta-se o autor que o termo boa-fé não é uma inovação do atual Código de Defesa do Consumidor, já sendo utilizada em nosso ordenamento jurídico, como no Código Comercial de 1850 e em vários dispositivos do Código Civil de 1916.

Outrossim, a boa-fé objetiva que dispõe o atual Código Civil Brasileiro, tem sua origem na Lei Consumerista 8.078/90 e, não muito distante, o também vigente Código Processual a têm no mais alto conceito, consolidando a norma “boa-fé objetiva processual”. (Tartuce, 2024, p. 34-35). A título de exemplo, cita-se o artigo 5º do CPC/15 que diz qualquer que participar do processo deverá utilizar-se de boa-fé

Ela desempenha três funções distintas, como bem preceitua Bruno Giancoli (2024) e Flávio Tartuce (2024) a saber: Função criadora (ou integrativa), que é fonte de novos deveres anexos ou acessórios ao contrato consumerista; função

interpretativa, que é critério hermenêutico utilizado pelo juiz para se pautar na interpretação de todo negócio jurídico de consumo e a função de controle, que é também chamada de função limitadora, que visa limitar o exercício antes permitido, porém, hoje considerado abusivo ante aos direitos subjetivos.

### *1.1.3 Princípio da Transparência e Informação*

O princípio da transparência, assim como o princípio da informação, é derivado do princípio da boa-fé, visto anteriormente.

Devido ao aumento da tecnologia, a velocidade com que as informações tem chegado ao consumidor é alarmante. Tais “armas de sedução”, como nomeadas por Flávio Tartuce (2024), são utilizadas pelos fornecedores para arrebanhar um maior número de consumidores aos seus produtos e serviços. O mesmo autor nos lembra que é direito do consumidor ser informado, quanto é dever do fornecedor informá-lo.

O princípio da informação é importante, pois por meio dela é que o consumidor poderá analisar se pretende desenvolver seu poder negocial, adquirindo um produto ou serviço. Ressalta-se, conforme exposto por Bruno Giancoli, que tal princípio precisa ser observado durante todas as fases contratuais (2024).

Não distante, o princípio da transparência evidencia que as relações de consumo precisam estar firmadas em um ambiente de clareza e sinceridade entre as partes, objetivando evitar que o consumidor sofra qualquer dano pela falta de conhecimento e pouca informação referente ao produto ou serviço objeto da relação de consumo, como ressalta Ricardo Maurício F. Soares:

Sendo assim, o princípio da transparência objetiva evitar qualquer tipo de lesão ao consumidor, pois sem ter conhecimento do conteúdo da avença contratual, poderia vincular-se a obrigações que não pode suportar ou simplesmente não deseja. Ao adquirir um produto ou serviço, sem ter informações claras e precisas, pode o consumidor se deparar com um objeto que não possui as qualidades e características alardeadas pelo fornecedor (2023, p. 26).

De outro lado, o artigo 6º, incisos II e III do Código de Defesa do Consumidor estabelecem o dever de informar ao consumidor, como direito básico inerente a ele. Declara-se assim:

São direitos básicos do consumidor: [...] II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; III - a informação

adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem [...] (Brasil, Lei nº 8.078/90).

Assim, a Lei nº 8.078/90, preceitua diversos dispositivos capazes de resguardar os consumidores, e, nas palavras de Cláudia Lima Marques:

Essas normas do CDC aparecem como instrumentos do direito para restabelecer também o equilíbrio, para restabelecer a força da 'vontade', das expectativas legítimas, do consumidor, compensando, assim, sua vulnerabilidade fática, assim como as normas sobre cláusulas e práticas abusivas (arts. 39 e 51) (2013, p. 75).

#### *1.1.4 Princípio da Equidade*

Para finalizar, o último princípio a ser citado é o princípio da equidade. Vale lembrar, inicialmente, que tal princípio não é exclusivo ao Direito do Consumidor, porém, diante da necessidade de equilíbrio entre as partes na relação consumerista, ele acaba por se tornar um princípio de grande importância no sistema de proteção ao direito do consumidor.

Nas palavras de Ricardo Maurício F. Soares:

Entende-se por equidade o instrumento de aplicação do direito positivo que busca refletir o valor justo nas relações intersubjetivas, mesmo que, muitas vezes, seja necessário relativizar a expressão literal dos modelos normativos do direito (2023, p. 30).

O princípio da equidade busca o equilíbrio aos contratos firmados entre as partes, portanto, "modernamente a equidade repousa sobre a ideia fundamental da igualdade real, de justa proporção; indica o sentimento de justiça fundado no equilíbrio, na equanimidade, na serenidade, na imparcialidade, na retidão" (Cavaliere Filho, 2022, p. 83).

O Código de Defesa do consumidor refere-se à equidade no artigo 7º e no artigo 51, ao tratar, nesse último, sobre as cláusulas abusivas, sendo nulas de pleno direito. Os dispositivos narram o seguinte:

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos

expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e **equidade**.

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: [...] IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, **que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade**; [...]. (Brasil, Lei nº8.078,1990, grifo nosso).

Nessa linha, essa conduta dá ao juiz a possibilidade de invalidar a cláusula que não se mostrar compatível com a equidade e com a boa-fé. Assim, a equidade é um princípio que deve sempre ser observado, em toda lei, para garantir que o desequilíbrio existe entre as partes da relação contratual seja suprido (Giancoli, 2024).

## **CAPÍTULO II - DA RELAÇÃO DE CONSUMO**

O Código de Defesa do Consumidor, incluindo os princípios que o norteia, só pode ser devidamente aplicado quando existir ligação jurídica de consumo entre as partes envolvidas, ou seja, é necessário que exista a caracterização de tal relação para que as normas sejam aplicadas.

Não basta somente adquirir bens e serviços para que se beneficie da proteção do CDC, é necessário que se ocorra a relação de consumo, onde o consumidor estará como destinatário final e o fornecedor fornecendo bens e serviço ao mercado.

Assim, o presente capítulo procura esclarecer o que de fato configura a relação de consumo frente ao Código de Defesa do Consumidor, trazendo seus elementos caracterizadores tipificadas na Lei nº8.078/90, com o objetivo de clarificar o objeto principal do presente trabalho, qual seja, a obsolescência programada frente ao direito consumerista.

### **2.1 Relação Jurídica geral**

Inicialmente, faz-se necessário compreender o que é relação jurídica de maneira geral, para que posterior a isso, seja possível assimilar os elementos da relação jurídica no âmbito do direito do consumidor.

No entendimento de Maria Helena Diniz (2016), o homem está sempre interagindo entre si, dessa forma existe a necessidade da existência de normas de direito para regular seus comportamentos, e, tais relações sociais são transformadas em relações de direito através dessas normas jurídicas.

Paulo Nader afirma que:

[...] a doutrina das relações jurídicas teve início a partir dos estudos formulados por Savigny no século XIX. [...] Em seu entendimento, toda relação jurídica apresenta elemento material, constituído pela relação

social, e outro formal, a determinação jurídica do fato, mediante normas. [...] São as relações jurídicas que dão movimento ao Direito (2024, p. 271-272).

Nesse sentido, Francisco Amaral, diz que a “relação jurídica é um vínculo que o direito reconhece entre pessoas ou grupos, atribuindo-lhes poderes e deveres. Representa uma situação em que duas ou mais pessoas se encontram, a respeito de bens ou interesses jurídicos” (2018, p. 257).

Alicerçando-se nas informações apresentadas e no conhecimento dos doutrinadores, destacam-se os seguintes elementos estruturais da relação jurídica: Os sujeitos da relação, como por exemplo comprador e vendedor; o objeto, que são os bens, podendo ser materiais ou imateriais; e por fim, vínculo que envolve as partes, podendo ser duas ou mais pessoas, a um determinado objeto.

Nas palavras de Caio Mário da S. Pereira (2024, p. 33), “sujeito é o titular do direito. É aquele a quem a ordem jurídica assegura a faculdade de agir”. Nesses termos, sustenta-se que na relação jurídica exista sujeito ativo que é o titular de um bem e o passivo, que deve fazer, dar ou não alguma coisa.

O objeto, é o bem, aquilo que recai os poderes da relação de consumo, podendo ser mediato ou imediato. Orlando Gomes também afirma que “para ser objeto de direito, precisa a coisa ter os seguintes requisitos: economicidade, permutabilidade e limitabilidade, isto é, ser suscetível de avaliação pecuniária, podendo submeter-se ao domínio da pessoa e sendo o uso ou quantidade limitados” (2019, p.73).

O vínculo de atributividade liga as pessoas de forma recíproca ou complementar, como ensina Miguel Reale. E o autor continua dizendo que ele “confere a cada um dos participantes da relação o poder de pretender ou exigir algo determinado ou determinável” (2013, p. 246).

Ressalta-se Paulo Nader, com relação aos elementos que compõem a relação jurídica, o fato e a norma jurídica não fazem partes de tais elementos. Nesse sentido, discorre que: “o fato e a norma jurídica, que alguns autores arrolam como elementos, são antes pressupostos da existência da relação jurídica” (2024, p. 273).

## **2.2 Elemento Subjetivo da Relação de Consumo – consumidor e fornecedor**

Como elucidado anteriormente, para que exista relação de consumo, é necessário que sejam atendidas todas as suas caracterizadoras, pois, como observa

Bruno Giancoli (2024), sem a presença de todos os elementos considerados essenciais a ela, a relação jurídica de consumo não poderá prosperar, impossibilitando, assim, aplicação do Código de Defesa do Consumidor ao caso concreto.

O CDC não trouxe de forma expressa uma definição específica de relação de consumo, conceituando apenas seus elementos caracterizadores. Vale observar que, a grande maioria dos fornecedores para fugirem das normas da Lei nº8.078/90, procuram descaracterizar essa relação.

Dessa forma, conforme observa João Batista de Almeida (2015), as relações de consumo podem ser bilaterais e dinâmicas. Bilaterais por terem fornecedor de um lado e consumidor do outro, e dinâmicas por estarem de acordo com o momento histórico em que estão situadas.

Fabrizio Bolzan de Almeida, ao desenvolver doutrinariamente a relação jurídica de consumo, define-a como “aquela relação firmada entre consumidor e fornecedor, a qual possui como objeto a aquisição de um produto ou a contratação de um serviço” (2024, p. 31). No mais, vamos às definições de consumidores e fornecedores previstos no CDC.

### *2.2.1 Consumidor*

Consumidor é definido pelo Código de Defesa do consumidor em seu artigo 2º como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990). Observa-se, portanto, que há uma limitação estipulada para consumidor no CDC, devendo tanto a pessoa natural, quanto jurídica, ser a destinatária final ou do produto, ou da prestação de serviço.

Assim caso uma pessoa adquira um produto ou serviço, mas ela não seja a destinatária final, ela não poderá se enquadrar como consumidora.

Acontece que existe várias linhas de pensamento com relação a expressão “destinatário final”. Bruno Miragem relata em sua obra as diferentes linhas referentes ao destinatário final, não só aquele que utiliza o bem, mediante a destruição do mesmo (2024).

Diante disso, o autor demonstra que é destinatário final, o destinatário fático, que utiliza, o produto ou serviço adquirido, em sua totalidade, ou seja, o retira de modo definitivo; o destinatário fático e econômico, é aquele que não só retira o

produto ou serviço do mercado, mas também não volta a reempregá-lo, sendo considerado assim pelo seu ato de consumo praticado, e não pela aquisição de insumos que mais tarde será transformado em outros produtos ou utilizados em serviços.

Na França e na Alemanha, segundo expõe Cláudia Lima Marques (2013), o consumidor é somente a pessoa física, ou seja, os definidos como não profissionais. Já no Brasil, a característica que restringe o termo é a aquisição/utilização do bem como destinatário final, como já demonstrado anteriormente.

Ademais, é possível verificar a existência de duas correntes doutrinárias para a definição de consumidor, qual seja, a interpretação finalista e a interpretação maximalista. Existe ainda uma terceira corrente intermediária a elas, já adotada pela jurisprudência do STJ, que é a finalista atenuada. Vejamos cada uma delas.

A corrente finalista é também chamada pelos doutrinadores de corrente subjetiva. Entendem que o consumidor só será considerado assim se for o destinatário final fático e econômico do serviço ou produto, ou seja, se ele adquirir e consumir o mesmo (Almeida, 2024).

Para Fabrício Bolzan de Almeida (2024), o problema dessa corrente está na exclusão da pessoa jurídica e qualquer profissional como consumidor, pois, segundo seguidores dessa interpretação, os mesmos não seriam os destinatários finais, além de tal linha ir contra a letra da lei consumerista. Como então pessoas jurídicas e profissionais poderiam ser enquadrados como consumidores?

Nesse sentido, entende a corrente finalista que somente será possível a inclusão do profissional ou da pessoa jurídica, mediante visão teleológica, se restar demonstrado sua vulnerabilidade diante da relação de consumo, devendo sempre ser analisado caso a caso pelo judiciário. No entendimento de Cláudia Lima Marques:

Esta interpretação restringe a figura do consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família, consumidor seria o não profissional, pois o fim do CDC é tutelar de maneira especial um grupo de sociedade que é mais vulnerável. [...] As exceções, sempre nesta visão teleológica, devem ser estudadas pelo Judiciário, reconhecendo a vulnerabilidade de uma pequena empresa ou profissional que adquiriu, uma vez que a vulnerabilidade pode ser fática, econômica, jurídica e informacional, por exemplo, um produto fora de seu campo de especialidade (uma farmácia); interpretar o ar. 2º de acordo com o fim da norma, isto é, proteção ao mais fraco na relação de consumo, e conceder a aplicação das normas especiais do CDC analogicamente também a estes profissionais. Note-se que neste caso se presume que a pessoa física seja sempre

consumidora frente a um fornecedor e se permite que a pessoa jurídica vulnerável prove sua vulnerabilidade (2013, p. 94).

A interpretação maximalista ou objetiva, diferente da finalista vista acima, traz uma compreensão mais ampliada do que seria o consumidor, enquadrando a pessoa jurídica e o profissional, além de considerar como consumidor todo aquele que seja o destinatário fático do produto ou serviço, pouco importando seu consumo (Almeida, 2024).

A problemática de tal interpretação, segundo o autor retro citado, é se o Código de Defesa do Consumidor seria adequado para tutelar toda e qualquer relação consumerista, conforme desejado pelos maximalistas. José Geraldo B. Filomeno entende “que se aplica o Código, sem qualquer restrição, às pessoas jurídicas, ainda que fornecedoras de bens e serviços, seria negar a própria epistemologia do microsistema jurídico de que ele se reveste” (2018, p.19).

Para complementar, doutrinariamente existe uma terceira teoria, que seria a teoria maximalista conjugada à teoria finalista. Muitos doutrinadores entendem se tratar, não de uma nova teoria, mas sim, da aplicação da teoria maximalista aplicada.

Uma das precursoras do estudo de tal teoria, Cláudia Lima Marques, colaciona seus ensinamentos:

Desde a entrada em vigor do CC/2002, parece-me crescer uma tendência nova na jurisprudência, concentrada na noção de consumidor final imediato (*Endverbraucher*) e de vulnerabilidade (art. 4º, I), que poderíamos denominar aqui de finalismo aprofundado. É uma interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada. Em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumos para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com uma utilização mista, principalmente na área dos serviços, provada a vulnerabilidade, conclui-se pela destinação final de consumo prevalente. Essa nova linha, em especial do STJ, tem utilizado, sob o critério finalista e subjetivo, expressamente a equiparação do art. 29 do CDC, em se tratando de pessoa jurídica que comprove ser vulnerável e atue fora do âmbito de sua especialidade, como hotel que compra gás. Isso porque o CDC conhece outras definições de consumidor. O conceito-chave aqui é o de vulnerabilidade (2013, p. 97).

Para encerrar, é de suma importância analisar o consumidor por equiparação ou equiparado, retirado do artigo 2º, parágrafo único da Lei nº8.078/1990, além dos artigos 17 e 29 da mesma lei.

Existe, portanto, uma ampliação quanto ao conceito de consumidor na lei consumerista. Nesse sentido, são amparados estes também e não somente os

consumidores “padrões” descritos no *caput* do art. 2º, já que todos podem sofrer com situações frente aos fornecedores.

Dessa forma, equipara-se a consumidor: [...] a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo (art. 2º, parágrafo único); todas as vítimas do evento (fato do produto ou serviço) (art. 17) e todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas (comerciais e à disciplina contratual) (art. 29), ambos da Lei nº 8.078/90.

Foi nesse raciocínio que a Quarta Turma do STJ equiparou à consumidora uma doadora de sangue, que foi indevidamente atestada portadora de hepatite C, sendo tal situação comunicada a todos os bancos de sangue do país, configurando assim, uma relação de consumo com o Banco de Sangue o qual prestou a doação. Eis a ementa do acórdão:

CIVIL E PROCESSUAL. DOAÇÃO DE SANGUE. EXAMES EQUIVOCADOS QUE ATRIBUÍRAM À DOADORA DOENÇA INEXISTENTE. CADASTRAMENTO NEGATIVO EM BANCOS DE SANGUE. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. AJUIZAMENTO NA COMARCA DE DOMICÍLIO DA AUTORA. EXCEÇÃO DE INCOMPETÊNCIA ACOLHIDA. **RELAÇÃO DE CONSUMO CARACTERIZADA**. PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. **DESTINATÁRIO FINAL**. CDC, ARTS. 2º, 3º, § 2º, E 101, I. EXEGESE. I. A coleta de sangue de doador, exercida pelo hemocentro como parte de sua atividade comercial, **configura-se como serviço para fins de enquadramento no Código de Defesa do Consumidor**, de sorte que a regra de foro privilegiado prevista no art. 101, I, se impõe para efeito de firmar a competência do foro do domicílio da autora para julgar ação indenizatória por dano moral em razão de alegado erro no fornecimento de informação sobre doença inexistente e registro negativo em bancos de sangue do país. [...] (REsp 540.922, Rel. Ministro ALDIR PASSARINHO JUNIOR, QUARTA TURMA, julgado em 15/09/2009, DJe 13/10/2009) (grifo nosso).

### 2.2.2 Fornecedor

Um outro componente da relação de consumo é o fornecedor. Ele é conceituado pelo Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 3º, *caput*, que preceitua:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990).

Diferente do conceito de consumidor, a concepção de fornecedor se mostra mais amplo, pois essa enunciação é um gênero, assim, nas palavras de Sérgio

Cavaliere Filho (2022), fornecedor é também os intermediários, sejam eles transportadores, distribuidores ou intervenientes, além do próprio comerciante, tendo como requisito o fato de exercerem tais atividade como profissões.

Nota-se que alguns aspectos são necessários para caracterização de fornecedor, tais como a habitualidade, o exercício de atividade econômica organizada, que está associada à noção de profissionalismo e a autonomia no exercício, que se refere as atividades exercidas pelo fornecedor sem ser isento da dependência de terceiros (Giancoli, 2024).

Com relação atividade habitual, para o autor, é o tipo de atividade desenvolvida por um fornecedor, ou seja, algo que se tornou costume, rotineiro, praticada por ele de forma regular. Dessa forma, pessoas que realizem atividade típica, aquela desenvolvida poucas vezes, apenas em algumas situações isoladas, não se enquadra como fornecedores ou prestadores.

Para clarificar, Flávio Tartuce traz como exemplo alguém que pretende vende bens pela primeira vez ou esporadicamente, como é o caso de uma pessoa que vende uma casa para comprar outra, ou de alguém que vende coisas usadas para se livrar delas. Nenhum desses exemplos citados pelo autor, o indivíduo pode ser tipificado como fornecedor/prestador, visando lucro ou não, pelo fato de não ser algo habitual (2024).

Por fim, vale ressaltar a respeito que devido a uma ampliação, a doutrina constituiu o conceito de fornecedor equiparado, que a partir da tese de Bessa, se trata de uma figura intermediária na relação de consumo. Nesse sentido Cláudia Lima Marques denomina o fornecedor equiparado:

Aquele terceiro na relação de consumo, um terceiro apenas intermediário ou ajudante da relação de consumo principal, mas que atua frente a um consumidor (aquele que tem seus dados cadastrados como mau pagador e não efetuou sequer uma compra) ou a um grupo de consumidores (por exemplo, um grupo formado por uma relação de consumo principal, como a de seguro de vida em grupo organizado pelo empregador e pago por este), como se fornecedor fosse (comunica o registro no banco de dados, comunica que é estipulante nos seguro de vida em grupo etc.) (2013, p. 118).

O STJ editou a Súmula 359, que prevê a aplicação da tese citada anteriormente: “Cabe ao órgão mantenedor do Cadastro de Proteção ao Crédito a notificação do devedor antes de proceder à inscrição”.

Conclui-se, portanto, que inexistindo a figura de um fornecedor e de um consumidor, não se pode dizer em relação consumerista, visto que não há os elementos subjetivos caracterizadores de tal relação, a tornando, assim, apenas como uma relação jurídica comum, não sendo abarcada pelo Código de Defesa do Consumidor, mas pelas diretrizes o Código Civil vigente.

### **2.3 Elemento Objetivos da Relação de Consumo – produto e serviço**

Em continuidade, outro elemento da relação de consumo é o objeto. O objeto é o elemento em razão do qual a relação jurídica se permeia e, no caso consumerista, ele se traduz como produto e/ou serviço. O Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 3º, §1º diz que “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial” (BRASIL, Lei nº8.078, 1990).

Assim, na compreensão de Sérgio Cavalieri Filho “produto é utilizado em seu sentido econômico e universal, isto é, aquilo que resulta do processo de produção ou fabricação” (2022, p. 113) e são introduzidos no mercado de consumo através dos fornecedores.

O conceito de produto, está conectado à ideia de bem, derivado dos frutos consumistas da atual sociedade capitalista. Tal concepção é vantajosa, pois era utilizada por agentes de mercado, como o mercado econômico, financeiro e de comunicações, por exemplo, antes mesmo de passar a valer no meio jurídico (Nunes, 2024).

É importante ressaltar que o bem adquirido deverá ser incluído na atividade finalística do fornecedor, como já visto no tópico anterior, para ser enquadrado como relação jurídica de consumo, caso contrário, o bem não se converterá em produto (Giancoli, 2024).

A classificação de produto pelo O CDC é feito como bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, conforme artigo supracitado. Outra classificação é dos produtos considerados duráveis e não duráveis, os quais estão inseridos nos artigos 18 e 26, inciso I e II do mesmo código, como veremos mais adiante.

Os bens móveis ou imóveis se referem a mobilidade, podendo ser objeto dessa relação consumerista desde uma caneta até uma casa. Os bens materiais seriam os bens que possuem forma física, ou seja, é possível palpá-los e já os imateriais, seriam existem apenas como uma abstração, ou seja, não é possível tocá-

los, como por exemplo a compra de uma música em algum aplicativo (Peres Filho, 2022).

O autor menciona que os bens duráveis são aqueles que não se dissipam por serem usados uma única vez, podendo estes serem novamente reutilizados, como é o caso das xícaras, dos carros, das painéis. Porém, os não duráveis seriam aqueles que se extinguem após seu uso, tais como os alimentos em geral. Veja, são caracterizados assim não pela sua destinação, mas por sua extinção ou completa transformação.

Devemos observar também que um consumidor poderá adquirir um produto tanto de forma onerosa quanto gratuita, pois a caracterização de produto como objeto da relação consumerista não tem como condição que o consumidor pague por ele. Temos como exemplo as amostras grátis, que por serem gratuitas não as desoneram de atender todas as normas do CDC.

Preceitua o artigo 3º, §2º da Lei nº 8.078 de 1990, que “serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, **inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária**, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista” (grifo nosso).

Podemos exemplificar as prestações de serviços como aquelas prestadas por pintor, serralheiro, mecânico, encanador, coletivos de transportes urbanos, aéreos e outros mais. Assim, as prestações de serviços devem ser remuneradas.

Não se entende por remuneração apenas o dinheiro em espécie, pois, a remuneração, conforme elucida Sérgio Cavalieri Filho (2024), pode ser tanto direta, consumidor paga ao fornecedor de forma direta, quanto indireta.

As remunerações indiretas são aparentemente gratuitas, porém, o fornecedor se beneficiará financeiramente de alguma forma dessa situação, como é o caso do estacionamento em algum *shopping*, que procuram com isso angariar clientes, como é o caso das chamadas “compras festivas”, termo utilizado pelo autor supracitado para determinar um ambiente que traga uma sensação prazerosa e estimulante para atrair clientes às compras.

Uma outra questão muito discutida é com relação as atividades bancárias, se seriam de fato uma relação de consumo. Acentua-se que as mesmas se enquadram de forma indubitável nos dispositivos da Lei nº 8.078/90, trazendo-as, de forma expressa, citando, também, os seguros e os planos de previdência privada em geral, sendo eles de qualquer natureza (Filomeno, 2018).

## **CAPÍTULO III – DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E DA PRÁTICA ABUSIVA**

A evolução tecnológica trouxe consigo novas possibilidades de condutas a serem adotadas pelos fornecedores para alcançarem aos consumidores. Porém, é questionável até que ponto tais ações seriam consideradas aceitáveis como estratégias, sem se enquadrarem como abusivas.

Assim, o Código de Defesa do Consumidor cuidou para que exista em seus dispositivos a devida proteção contra as práticas abusivas, exemplificadas em seu artigo 39, que, portanto, são vedadas aos fornecedores pelo Código.

Cabe salientar que utilizar-se de inovações tecnológicas como um meio de induzir ao consumidor a adquirir produtos manipulados para terem um fim precoce, se caracteriza como obsolescência programada, tema do presente trabalho.

Para tanto, antes de discorrermos mais sobre o assunto, é necessário explanarmos sobre o abuso de direito, conceito expressamente descrito no Código Civil Brasileiro vigente.

### **3.1 Abuso de direito**

No contexto histórico, muitos juristas entendem que as raízes do abuso de direito estão firmadas no Direito Romano, porém, nessa época não se intitulava diretamente com abuso de direito.

Compreende Renan Lotufo, que era possível observar três institutos no Direito Romano: *aemulatio*, *exceptio doli* e as regras sobre as relações de vizinhança. O autor conceitua *aemulatio* como: “O exercício de um direito, sem utilidade própria, com a intenção de prejudicar outrem” (2016, p. 576).

Apesar disso, é no período medieval que o instituto encontra força, através do Direito da época, devido aos conflitos marcantes do período, o ato emulativo, conforme entendido por San Tiago Dantas, que diz:

[...] Todas as formas de alterações a sociedade medieval conheceram, como não podia deixar de acontecer numa época de considerável

atrofia do Estado. É aí que, pela primeira vez, os juristas têm conhecimento deste problema: o exercício de um direito com o fim de prejudicar a outrem. [...] Entende-se, por emulação, o exercício de um direito com o fim de prejudicar outrem. Quer dizer que, em vez de ter o fim de tirar para si um benefício, o autor do ato tem em vista causar prejuízo a outrem (1979, p. 368-369 apud Tartuce, 2024, p.456).

Silvio Rodrigues (2007) valida a origem do abuso do direito no Direito Romano, porém, também elucida que a teoria do abuso do direito na sua forma atual, teve seu surgimento na segunda metade do século XIX na França.

No Brasil, o Código Civil de 2002 conceitua o abuso de direito em seu artigo 187 da seguinte forma: “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” (Brasil, Lei nº10.406/02).

Podemos concluir que o abuso de direito descrito no artigo supracitado, foi direcionado não somente ao direito civil em si, mas a também as diversas áreas do Direito, como por exemplo o direito consumerista, através da expressão nele contido como “o titular de direito”.

Sérgio Cavalieri Filho elucida da seguinte forma:

Desse modo, na figura do abuso de direito, não se julga o direito em si, mas o ato, julga-se o exercício de um direito. Com o abuso de direito, não se diz que o ‘direito é ilícito’, mas sim que o ato (exercício) é ilícito (objetivo). É ao exercitá-lo que o sujeito poderá exercer a finalidade (objetiva) da norma, bem como exercê-lo em dissonância com a boa-fé, configurando, por conseguinte, um exercício abusivo do direito ou abuso no exercício do direito [...] (2022, p. 224).

Nesse sentido, a expressão correta para o tema seria abuso no exercício do direito ou exercício abusivo do direito, visto que a ilicitude é referente ao exercício do direito (Cavalieri Filho, 2022).

### **3.2 Práticas Abusivas**

Na era da sociedade de consumo não é possível uma fácil conceituação sobre as práticas comerciais, pois, ante as perceptíveis mudanças, o que hoje é considerado prática comercial, amanhã tal classificação já se tornou obsoleta.

Pode-se dizer que as práticas comerciais dizem respeito a comercialização, sendo ela considerada o resíduo da produção. Concluimos, então que:

[...] práticas comerciais são todos os mecanismos, técnicas e métodos que servem, direta ou indiretamente, ao escoamento da produção. Trata-se, não há dúvida, de um conceito extremamente largo, que inclui, a um só tempo, o marketing, as garantias, os serviços pós-

venda, os arquivos de consumo e as cobranças de dívidas. [...] São estas os procedimentos, mecanismos, métodos e técnicas utilizadas pelos fornecedores para, mesmo indiretamente, fomentar, manter, desenvolver e garantir a circulação de seus produtos e serviços até o destinatário final (Benjamin, 2022, p. 260-261).

Destarte, o Código de Defesa do Consumidor elencada no artigo 39 as práticas consideradas abusivas praticadas pelo fornecedor, porém, existem outras situações consideradas abusivas espalhadas por todo o Código.

Nesse caso, as práticas contidas no artigo supracitado são meramente exemplificativas. Nem sempre tais práticas são enganosas ou clandestinas, apenas estão em desacordo com os preceitos disposto no artigo 4º da Lei nº 8.078/90 (Giancoli, 2024).

Rizzatto Nunes as conceitua como:

As chamadas “práticas abusivas” são ações e/ou condutas que, uma vez existentes, caracterizam-se como ilícitas, independentemente de se encontrar ou não algum consumidor lesado ou que se sinta lesado. São ilícitas em si, apenas por existirem de fato no mundo fenomênico (2024, p.220).

Dessa forma, são condutas praticadas pelo fornecedor que se encontram em desconformidade com a boa-fé, com os padrões de boa conduta e com os bons costumes na relação de consumo. Além do mais, a proteção contra as práticas abusivas são um direito básico do consumidor, discriminado no artigo 6º, inciso IV da Lei nº 8.078/90.

Elas podem ser pré-contratuais (aparecem na fase em que estão se acordando o contrato), contratuais (no interior do contrato) ou pós-contratuais (após a contratação), porém, em sua maioria, as práticas abusivas atuam na fase pré-contratual, conforme elencadas no artigo 39 do CDC. (Cavaliere Filho, 2022).

Ressalta-se Antônio Herman V. Benjamin (2013) que as práticas abusivas estão sujeitas a sanções administrativas e também penais, conforme artigo 6º, inciso VII do Código de Defesa do Consumidor, além de indenização pelos danos causados ao consumidor.

### 3.2.1 Venda Casada

O inciso I do referido artigo dispõe sobre a proibição quanto venda casada ou operação casada. O fornecedor procura por meio dessa situação, levar o

consumidor a adquirir produto ou serviço alheio a sua vontade por conta de outro de seu interesse.

Rizzato Nunes (2024) pleiteia sobre o tema, informando dois tipos de venda casada. Seria o condicionamento de um produto ou serviço em razão de outro e a venda de quantidade diversa da que o consumidor queira.

Ressalta-se ainda o autor que quanto a quantidade, a lei permite tal situação desde que justificada, como é o caso da imposição de limite em época de crise, podendo o fornecedor limitar a quantidade de produto comprado por família. Ou a imposição de uma quantidade maior do que a desejada no caso dos alimentos industrializados e com embalagem padronizado, não dando a opção ao consumidor, nesse caso, de adquirir uma porção menor do produto.

### 3.2.2 *Recusa de Atendimento*

Outra situação é a recusa de atendimento. Nesse caso, o fornecedor possui a mercadoria disponível em seu estoque ou prateleira, porém, sem nenhum tipo de justificativa como vimos no item anterior, se nega a disponibilizá-la ao consumidor (Peres Filho, 2022).

Portanto, tal recusa é vedada pelo inciso II do dispositivo, visto que, apesar das justificativas vezes infundadas do fornecedor, fere à proteção ao consumidor, podendo tal prática ser apenada com detenção de dois a cinco anos ou multa, conforme artigo 7º, inciso VI, da Lei 8.137/1990, que preconiza:

Art. 7º Constitui crime contra as relações de consumo: [...] VI - sonegar insumos ou bens, recusando-se vendê-los a quem pretenda comprá-los nas condições publicamente ofertadas, ou retê-los para o fim de especulação; [...] Pena – detenção, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, ou multa.

### 3.2.3 *Entrega sem solicitação do consumidor*

É corriqueiro a entrega sem a solicitação do consumidor por parte do fornecedor, porém, em acordo com o inciso III do artigo 39 do CDC, tal situação se enquadra como prática abusiva, uma vez que a solicitação deve partir do consumidor.

Frisa-se, nesse cenário, uma vez que fornecido sem o consentimento do consumidor, será mera amostra grátis, não devendo gerar cobranças ou pagamento, devendo o fornecedor arcar com qualquer risco (Benjamin, 2022).

### *3.2.4 Prevalhecimento Abusivo*

O fornecedor não poderá tirar proveito da circunstância de fragilidade do consumidor, como veda o inciso IV do artigo 39: “[...] prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços” (Lei nº8.078/90).

### *3.2.5 Vantagem Excessiva*

A ideia central do inciso V é impedir que o fornecedor utilize de sua superioridade econômica para causar prejuízos ao consumidor, gerando um desequilíbrio contratual e indo em desacordo com o Código Consumerista (Almeida, 2015).

### *3.2.6 Serviços Sem Orçamento e Repasse de Informação Negativas sobre o Consumidor*

É vedado que o fornecedor preste serviço sem antes realizar orçamento com validade mínima de 10 dias e aprovação expressa do consumidor, conforme artigo 40 do CDC.

Nessa mesma perspectiva, é vedado a divulgação de informações negativas pelo fornecedor do consumidor quando este estiver exercendo seus direitos, como por exemplo, com base no inciso VII, artigo 39 do CDC.

Porém, Antônio Herman V. Benjamin entende que “não está proibido, contudo, o repasse de informação, mesmo depreciativa, quando o consumidor pratica ato que exorbita o exercício de seus direitos” (2013, p. 359).

### *3.2.7 Normas Técnicas*

Um dos objetivos das normas técnicas é a qualidade, melhorando os bens de consumo, dessa forma, são importantes tanto para os fornecedores, quanto para os consumidores, servindo como um meio de informar a qualidade do que está sendo produzido. Assim, nas palavras de Antônio Herman V. Benjamin: “Quanto maior o número de normas técnicas, maior é o grau de desenvolvimento do país” (2013, p.360).

Destarte, é vedado:

VIII – colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – CONMETRO; (Lei 8.078/90, art. 39).

Outras situações também são tratadas pelo artigo 39 da Lei nº 8.078, como a recusa de venda de bens ou de prestação de serviços (inciso IX), a elevação injustificada de preços (inciso X); a aplicação de índice ou fórmula de reajuste diverso ao acordado (inciso XIII) e os abusos quanto aos prazos (inciso XII). Além do mais, não se pode olvidar das demais práticas abusivas contidas ao longo do CDC, mesmo que não sejam de forma expressa.

### **3.3 Da Obsolescência Programada**

Houve uma drástica mudança no comportamento do consumidor ao longo dos anos, influenciados pelas modificações ocorridas no mercado de consumo. Da mesma forma, ocorreram alterações na fabricação dos produtos.

Antes os produtos eram feitos para perdurarem, passando de geração em geração. Agora, influencia-se cada vez mais a substituição de um produto por outro mais recente, buscando sempre inovação e modernização, não se preocupando mais quanto a durabilidade do produto, o tornando obsoleto o quanto antes.

O dicionário Michaelis defini obsolescência como “redução gradativa e conseqüente desaparecimento; economicamente é o processo de redução da vida útil e do valor de um bem, devido ao surgimento de outros produtos semelhantes” (2024, on-line).

A indústria se desenvolvia fortemente no início do século XX, contudo, a população da época não conseguia acompanhar a produção em massa, surgindo uma questão: muita produção e pouco consumo.

Em 1920, nos Estados Unidos, cria-se, então, a obsolescência programada, aspirando manter o motor da econômica girando, principalmente em razão da crise enfrentada em 1929, e aumentando-se os lucros devido o consumo de produtos com vida útil reduzidos (Bellandi; Augustin, 2015, p. 514).

Um marco da obsolescência programada é a redução da vida útil das lâmpadas. Conforme demonstrado no documentário "*The light bulb conspiracy*" – a conspiração da lâmpada (tradução nossa) ou "Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada", do diretor Cosima Dannoritzer (2010), no início do século passado as lâmpadas tinham em média 2.500 (duas mil e quinhentas) horas de vida útil, porém, na busca pelo consumo crescente, sua vida útil foi reduzida até atingir 1.000 (um mil) horas.

Criaram-se, então, o primeiro cartel formado pelos principais fabricantes de lâmpada da Europa e Estados Unidos, denominado "Cartel Phoebus" e tinham como objetivo controlar a vida útil das lâmpadas fabricadas para durarem 1.000 (um mil) horas, aplicando multas àqueles que não seguissem às ordens a tal obsolescência. Porém, o grupo só atingiu sua meta em 1940, segundo o documentário.

Apesar disso, foi somente em 1932 que o termo "obsolescência programada" apareceu pela primeira vez. Em um artigo escrito por Bernard London, o norte-americano procurava renovar a economia propondo que, por lei, os produtos deveriam ter uma data "fim" já predefinida, pois acreditava que assim seria possível manter um equilíbrio entre a produção, o aumento no consumo e conseqüentemente, empregos a todos. Porém, isso nunca chegou a acontecer. (Barão Júnior; Soares, 2020).

Entende-se, portanto, como obsolescência programada: "uma estratégia da indústria para 'encurtar' o ciclo de vida dos produtos, visando a sua substituição por novos e, assim, fazendo girar a roda da sociedade de consumo" (Silva, 2012, p. 182).

Reforça Camila Rocha Bezerra, se tratar de:

Técnica utilizada pelos fornecedores com o intuito de reduzir, propositadamente, o tempo de vida útil de produtos manufaturados, objetivando impor ao consumidor a troca de bens com maior frequência, de modo a aumentar as vendas e os rendimentos (2017, p. 41).

### 3.3.1 Tipos de Obsolescência Programada

Vance Packard menciona que a obsolescência programada se apresentou de diferentes formas para as pessoas da época de sua criação, sendo alguns contrários a ela e outros favoráveis, porém, como o mesmo cita: "o próprio povo americano foi condicionado através dos anos a reagir favoravelmente a algumas espécies de obsolescência" (1965, p. 50).

O autor faz menção em seu livro “Estratégia do Desperdício” sobre três tipos de obsolescência: A obsolescência de função, quando um produto é substituído por outro de melhor função; obsolescência de qualidade, quando o produto estraga em um tempo mais curto e a obsolescência de desejabilidade, que é quando o produto se torna ultrapassado somente em nossas mentes.

Referente a obsolescência de qualidade, foi utilizada nas décadas de cinquenta e sessenta pelas indústrias automobilística, em que em curtos espaços de tempo, as peças dos carros fabricados se quebravam e estragavam, gerando no possuidor a sensação de que o veículo estava desgastado e obsoleto e que o mesmo precisava ser substituído. Porém, as fabricantes não deixavam explícito a diminuição da qualidade das peças do carro visando a sua obsolescência, para não perderem credibilidade frente ao consumidor (Pavão, 2009).

No documentário “*The light bulb conspiracy*” (2010), mencionado anteriormente, é citado o exemplo das meias de nylon, que, a primórdio, sua resistência e durabilidade surpreendia até mesmo aos homens da época, porém, foi necessária sua substituição por uma de qualidade inferior para que se pudessem consumir mais vezes o produto, gerando assim maiores lucros para as fabricantes.

Quanto a obsolescência de desejabilidade, podendo ser chamada também de obsolescência psicológica, está relacionada às estratégias de vendas, marketing e propaganda do produto, que será substituído por outro, apesar de estar ainda em bom uso e funcionamento, apenas pelo novo produto ter um visual mais moderno e pequenas mudanças em sua funcionalidade (Rossini; Napolini, 2017).

Ainda nos anos de 1950, Brooks Stevens desenvolveu a obsolescência programada no sentido de incentivar o consumo através de meios publicitários, fazendo com que os consumidores trocassem seus antigos produtos por novos, não por terem estragado ou algo do tipo, mas por vontade própria, por puro desejo de adquirir um novo produto (Filomeno, 2018).

Frisa-se que a publicidade é uma forte colaboradora à obsolescência de desejabilidade. Além do mais, atualmente, as redes sociais também tem sido uma aliada, aguçando o desejo do consumidor através de estilos de vida mostrados nas redes. Logo, somos manipulados a desejar sempre o que não possuímos e a estar sempre comprando.

Diferente dos veículos automotores destacados anteriormente, os quais a tendência é perdurarem por um bom tempo, apesar das práticas da obsolescência

programada, os celulares são outro alvo, utilizando-se as indústrias da prática da obsolescência psicológica.

Nesse sentido, vejamos um comentário com relação a Apple, empresa que tem se tornado líder atualmente no mercado, sendo cobiçados e até mesmo um status social em meio aos consumidores.

A obsolescência de fato levantou a cabeça, e a obsolescência estilística é um dos fenômenos impulsionadores que estão ocorrendo (particularmente) na indústria de telefonia móvel. A Apple é e tem sido há alguns anos o jogador líder proeminente no uso da obsolescência estilística. Com publicidade e marketing muito inteligentes e uma equipe de design que conseguiu criar um telefone que todos os anos se torna um novo “indispensável” da moda. A Apple construiu uma base de fãs que seguem e apoiam a marca. Os clientes da Apple tendem a acreditar que nada mais se compara ao modelo mais novo que a Apple lança. Na maioria das vezes, há muitas poucas mudanças no próximo telefone, além de alguns ajustes de estilo, mas o suficiente para fazer com que alguém com o telefone anterior, queira a versão mais recente (Keeble, 2013, p. 16, tradução nossa).

Dessa forma, a autora de “A História das Coisas”, afirma que: “publicitários atuam em conjunto com psicólogos, neurocientistas e consumidores bem-informados. O Objetivo principal: [...] estimular o desejo de compra para nos sentirmos melhor” (Leonard, 2011, p. 177).

Como visto, a redução na durabilidade dos produtos não acontece de forma escancarada para conhecimento do consumidor, contudo, abrange desde as formas mais sutis até as mais sofisticadas, assim, demonstra-se como a indústria da moda torna os produtos, mesmo em perfeito estado, em irrelevantes, além das indústrias que cessam a produção de insumos essenciais à utilização dos produtos da linha anterior (Pavão, 2009).

Ressalta-se, através de pesquisa realizada no Brasil, que 45% dos produtos eletrônicos e eletrodomésticos adquiridos no território apresentam defeito antes de dois anos de uso e que cerca de 74% de quem os possui, preferem adquirir um outro produto devido aos altos custos cobrados para os consertos e o extenso espaço de tempo levado para arrumarem, além da falta de peças para as reposições (Bezerra, 2017).

Dessa forma estamos cercados por variadas técnicas de obsolescência, desde as mais imperceptíveis até as mais escancaradas. Manipulados pelas estratégias de se consumir cada vez mais, mesmo sem necessitar.

### 3.4 A Obsolescência Programada como Prática Abusiva no CDC

Consoante ao analisado anteriormente, a obsolescência programada é ainda aplicada nos dias atuais e está presente no cotidiano de cada um, mesmo que de forma inconsciente, mediante a prática e estratégia das indústrias e fornecedores em geral para movimentarem o mercado visando lucros através da exploração aos consumidores que desconhecem o uso de tais aplicações e são prejudicados ao adquirirem produtos manipulados para “morrem” precocemente.

Destarte, tais ações necessitam serem contestadas a luz do Código de Defesa do Consumidor Brasileiro, o qual, apesar de não trazer de modo expresso, repudia tais práticas, sendo elas contrárias a inúmeros princípios e dispositivos da Lei Consumerista, consideradas abusivas e vedadas aos fornecedores.

De fato, conforme salientado por Dênis Almeida Suruagy da Silva:

Embora a obsolescência programada não tenha sido direta nem indiretamente tratada pelo CDC, o diploma consumerista apresenta respostas aos casos de vício dos produtos, de modo que, uma vez constatada essa prática, o consumidor poderia exigir a responsabilização do fornecedor (2022, p. 92-93).

Nesse contexto, não resta dúvida que a obsolescência programada viola aos princípios da transparência e da confiança, além de outros princípios consumeristas, devendo haver a responsabilização dos fornecedores e a reparação aos danos causados aos consumidores afetados (Bezerra, 2017).

Por ser o detentor do conhecimento técnico do produto, sendo capaz de determinar suas características e qualidades, o fornecedor utiliza-se da vulnerabilidade do consumidor ante a essa situação para lhe impor produtos criados para não durarem, pois não se desgastam pelo uso cotidiano, mas através de artimanhas e técnicas utilizadas para que o desgaste ocorra de forma célere. A falta de informação na relação de consumo, impede que o consumidor opte por escolher se quer ou não adquirir um produto em tal circunstâncias, frustrando suas expectativas, demonstrado, assim, a abusividade da situação (Silva, 2022).

Salienta-se, conforme demonstrado anteriormente, que muitos fornecedores incentivam a compra de novos produtos dificultando aos consumidores o conserto dos itens já adquiridos de antemão, através do aumento nos valores

cobrados nas assistências técnicas e até mesmo na falta de reposição de peças para os mesmos.

Isto posto, a utilização da obsolescência de qualidade, viola garantia expressa que determina aos fornecedores o fornecimento de peças de reposição enquanto estes ainda estiverem em produção ou importação, consoante artigo 32 do CDC que preceitua:

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

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei (Brasil, Lei nº 8.078, 1990).

Contudo, essas ações não estão alheias aos juízes brasileiros, que se mostram receptíveis as situações passadas pelos consumidores ante a prática abusiva da obsolescência programada e tem julgado a respeito da responsabilização dos fornecedores que a ela se associam.

Nesse sentido, a Apelação Cível nº 3130241, julgada em 2016, demonstra:

RELAÇÃO CONSUMERISTA. LEGITIMIDADE PASSIVA DE AMBAS AS FORNECEDORAS DO SERVIÇO. LEGITIMIDADE ATIVA DO PROPRIETÁRIO E DA TITULAR DO SEGURO CONTRATADO. **CONserto DE VEÍCULO. DEMORA EXCESSIVA. FALTA DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO. ABUSIVIDADE. DANOS MATERIAL E MORAL.** CONFIGURAÇÃO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA E SOLIDÁRIA DA CONCESSIONÁRIA E DA FABRICANTE. VALOR INDENIZATÓRIO. MANUTENÇÃO. CABIMENTO. ERRO MATERIAL DECOTADO DA CONDENAÇÃO. SUCUMBÊNCIA RECÍPROCA. PROPORCIONALIDADE. RECURSOS PARCIALMENTE PROVIDOS. [...] 3 - **Inconteste a demora da conclusão dos serviços de reparo do veículo pela oficina da concessionária RIVOLI, ante a falta de peças de reposição no mercado fabricadas pela PEUGEOT, tendo sido noticiado pelos recorridos, inclusive, que ao ser resgatado o veículo do conserto, mais de 05 (cinco) meses após o ingresso na oficina, este continuou a apresentar os mesmos defeitos anteriormente diagnosticados. A obtenção de informações claras sobre os produtos e serviços oferecidos no mercado de consumo é direito básico do consumidor (CDC, Art.**

**6º, III), assim como a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar fabricação ou importação dos produtos (CDC, Art. 32). Na sistemática do Código de Defesa do Consumidor, a conduta do fornecedor de disponibilizar o produto (peça a ser reposta) ao seu exclusivo critério é considerada abusiva (CDC, Art. 39, XII), afigurando-se como tal no caso em apreço, em que o consumidor permaneceu sob o alvedrio de meras evasivas quanto ao efetivo cumprimento da obrigação. O simples fato da necessidade de sucessivas vistorias e autorizações por parte da seguradora para a liberação dos reparos não tem o condão de justificar o retardo na prestação do serviço, somente vindo a reforçar a tese de prolongamento das diligências necessárias ao conserto do veículo, conseqüência da dificuldade de obtenção das peças originais de reposição fabricadas pela PEGEOUT e solicitadas pela RIVOLI. [...] (BRASIL. Tribunal de Justiça de Pernambuco. Apelação Cível nº 3130234. 2ª Câmara Cível. Relator Des. Alberto Nogueira Virgínio. Data de julgamento: 16/03/2016. DJe: 08/04/2016 (grifo nosso).**

Assim, em toda relação de consumo é preciso que esteja presente a honestidade, a lealdade, que se desempenhe atitudes éticas. Porém, os fornecedores rompem com os padrões estipulados na relação consumerista, agindo de forma abusiva para com os consumidores, quando se utiliza de qualquer das práticas fundamentadas na obsolescência programada, como por exemplo, da diminuição proposital da qualidade dos produtos e a falta de peças de reposição (Giancoli, 2024).

Vale ressaltar que as empresas tem o direito de evoluírem tecnologicamente, não sendo esse um problema como explicado por Annie Leonard, que diz: “a obsolescência planejada é diferente da obsolescência tecnológica, que ocorre quando alguns avanços da tecnologia tornam a versão anterior de fato ultrapassada” (2011, p. 174).

Torna-se abusivo a prática do fornecedor quando se utilizam de tal situação para prejudicar o consumidor, no sentido de fazer com que o produto anteriormente adquirido se torne obsoleto forçadamente, conforme artigo 12, § 2º do Código de Defesa do Consumidor, que expressa: “o produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado” (Brasil, Lei nº 8.078/90).

Nesse mesmo sentido, a Primeira Turma Recursal Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul no recurso cível nº 71004479119 elude que uma consumidora se viu impedida de utilizar-se de seu celular devido a uma atualização do software, não podendo acessar alguns aplicativos importantes para seu dia a dia. Mesmo após acionar a assistência técnica autorizada, não teve outra solução a não ser a compra de um novo aparelho (TJ-RS, 2014).

Ante o exposto, apesar de muito antiga, a obsolescência programada ainda encontra lugar nos dias de hoje, sendo sorrateiramente utilizadas pelos fornecedores visando a obtenção de lucros. Dessa forma, é necessário utilizar-se de um antídoto poderoso contra ela, a informação, reconhecendo-se a vulnerabilidade do consumidor e o resguardando e quaisquer atitudes consideradas abusivas no território brasileiro.

## CONCLUSÃO

Em virtude das mudanças nas relações de consumo ao longo dos anos, fez-se necessário, no Brasil, a elaboração da Lei nº 8.078, promulgada no ano de 1990, vislumbrando a proteção do consumidor brasileiro frente aos fornecedores, uma vez que aquele é considerado vulnerável.

Como lei principiológica, o Código de Defesa do Consumidor possui seus próprios princípios, capazes de proporcionar o devido amparo aos seus consumidores. Diante disso, devido a busca crescente por satisfação, a sociedade não procura mais consumir apenas o necessário, aumentando de maneira alarmante o consumo, assim, é importante que o Lei Consumerista se mantenha atualizada para alcançar o seu fim.

Porém, para que ela prospere, é necessário que se atenda todos os elementos essenciais à relação de consumo, ou seja, necessita-se do consumidor como destinatário final e do fornecedor fornecendo bens e serviços.

Não obstante, algumas condutas praticadas pelos fornecedores podem ser consideradas abusivas. Elencadas no artigo 39 da Lei nº 8.078/90, as mesmas vão em desacordo aos princípios e padrões que norteiam o microssistema.

Nesse viés, a obsolescência programada propagou-se principalmente no século XX devido a forte crises financeiras enfrentadas pela sociedade, como por exemplo a crise de 1929 nos Estados Unidos, sendo utilizada como um escape pelos fornecedores da época para fomentar o consumo, e, conseqüentemente o crescimento disparado dos lucros na época, porém, pode ser observada também nos dias atuais.

Entende-se, por tanto, se tratar obsolescência programada, estratégias utilizadas pelos fornecedores na fabricação de produtos elaborados para terem uma

vida útil precoce, fomentando-se o crescimento do consumo, e conseqüentemente levando o consumidor ao engano.

A problemática está no fato do consumidor não ser informado de que o produto adquirido sofreu alterações propositais, seja em suas funções ou em sua qualidade. Podendo o consumidor vir a sofrer até mesmo com a obsolescência psicológica, influenciado através de publicidade e marketing, levando-o a adquirir produtos por simples desejo ou status, gerando a ele transtornos futuros e indevidos.

A luz da Lei nº 8.078/90, apesar de não trazer de forma expressa, a procura resguardar os consumidores brasileiros da abusividade de tais, pois as técnicas da obsolescência programada utilizadas pelos fornecedores ferem aos princípios do CDC, como o princípio da boa-fé, onde as partes da relação de consumo se comprometem a agirem de forma leal e ética, como também ao princípio da informação, que assegura ao consumidor realizar uma escolha consciente.

Destarte, com exceção ao artigo 39 da lei consumerista que trata especialmente das práticas abusivas, observa-se ao longo do Código dispositivos em que se é possível o resguardo contra a abusividade da obsolescência programada, como é o caso do artigo 32, que trata sobre a reposição das peças dos produtos fabricados ou importados, os quais, sorrateiramente, os fornecedores deixam de fazer visando a compra de um novo produto.

Conclui-se, portanto, que apesar do extenso período da utilização de técnicas para levar a obsolescência dos produtos pelos fornecedores, pouco, ou nada é informado ao consumidor, que é vulnerável pelo simples fato de ser quem é, gerando assim transtornos para o mesmo, além de violação aos seus direitos.

Assim, faz-se necessário viabilizar ao consumidor informações claras e concisas sobre o produto adquirido, proporcionando uma relação de consumo transparente e atingindo a boa-fé entre as partes. Ressalta-se que o Código de Defesa do Consumidor Brasileiro não se mostra omissos a tais práticas, resguardando os mesmos, conforme explanado anteriormente, e responsabilizando os praticantes abusivos.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. **Direito do Consumidor. (Coleção esquematizado)**. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2024. E-book. ISBN 978855361866. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978855361866/> . Acesso em: 13 mai. 2024.

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2015. E-book. ISBN 9788502616837. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502616837/> . Acesso em: 18 mai. 2024.

AMARAL, Francisco. **Direito Civil: introdução** . São Paulo: SRV Editora LTDA, 2018. E-book. ISBN 9788553602100. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553602100/> . Acesso em: 18 mai. 2024.

BAUMAN, Zygmunt, 1925. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**; tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. p. 63. Tradução de: *Consuming life*. ISBN 978-85-378-00.9

BARÃO JUNIOR, Gilberto Augusto; SOARES, Nathalia Maria. OBSOLECÊNCIA PROGRAMADA: produtos com hora marcada para morrer. **Revista Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga – FATEC**. São Paulo. Vol. 17. n. 1, 2020. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/download/784/503> . Acesso em: 09 jun. 2024.

BELLANDI, Daniel; AUGUTIN, Sérgio. **Obsolescência Programada, Consumismo e Sociedade de Consumo: Uma crítica ao pensamento econômico**. In: XXIV Encontro Nacional do CONPEDI – UFS. Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo. Aracaju. Florianópolis: CONPEDI, 2015. p. 512-529. Disponível

em:

<http://site.conpedi.org.br/publicacoes/c178h0tg/i9jl1a02/WQM34KU694IWz9h9.pdf>.

Acesso em: 08 jun. 2024.

BENJAMIMN, Antônio; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo. **Manual de Direito do Consumidor** – 5ª Edição. São Paulo - SP: Revista dos Tribunais, 2013. ISBN 9788520346792.

BEZERRA, Camila Rocha. **A Obsolescência Programada como Prática Abusiva Ante o Sistema de Proteção ao Consumidor Instituído no Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017.

BRASIL. **Ato das Disposições Constitucionais Transitórias**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Diário da União, 5 de out. 1988. Disponível em <https://portal.stf.jus.br/constituicao-supremo/artigo.asp?abrirBase=AD&abrirArtigo=48#:~:text=DISPOSI%C3%87%C3%95ES%20CONSTITUCIONAIS%20TRANSIT%C3%93RIAS-.Art.,c%C3%B3digo%20de%20defesa%20do%20consumidor>. Acesso em: 24 abr. 2024.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 24 abr. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.078**. Promulgada em 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Diário Oficial da União, 12 set. 1990. Disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm). Acesso em: 13 mai. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.105**. Promulgada em 16 de março de 2015. Código Processual Civil. Disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm). Acesso em: 17 mai. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº540.922/PR**. 4ª Turma. Recorrente: Luci Guedes Ruiz. Recorrido: Serviço de Hemoterapia Dom Bosco LTDA. Relator: Ministro Aldir Passarinho Junior. Data do julgamento: 15 set. 2009. Data de Publicação: 13 out. 2009. Disponível em: [https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?src=1.1.2&aplicacao=processos.ea&tipoPesquisa=tipoPesquisaGenerica&numero\\_processo=Resp%20540922](https://processo.stj.jus.br/processo/pesquisa/?src=1.1.2&aplicacao=processos.ea&tipoPesquisa=tipoPesquisaGenerica&numero_processo=Resp%20540922). Acesso em: 19 mai. 2024.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Súmula nº 359**. Data do julgamento: 13 ago. 2008. Data de Publicação: 08 set. 2008. Disponível em: <https://scon.stj.jus.br/SCON/pesquisar.jsp?livre=SUMULA+359&b=SUMU&thesaurus=JURIDICO&p=true&tp=T>. Acesso em: 19 mai. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.137**. Promulgada em 27 dez. 1990. Crimes Contra a Ordem Tributária, Econômica E Contra As Relações De Consumo, E Dá Outras Providências. Diário Oficial da União, 27 dez. 1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8137.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8137.htm) . Acesso em: 09 jun. 2024.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor** . Barueri - SP: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559772766. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772766/> . Acesso em: 19 mai. 2024.

**Comprar, tirar, comprar:** a história secreta da obsolescência programada. Direção: Cosima Dannoritzer. Produção: Davina Breillet. Espanha/França, 2010 (52 min). Disponível em: <https://youtu.be/ZSuWRTBmMaU?si=jmH1lxnf-E9XpGd6>. Acesso em: 09 jun. 2024.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**, volume 1: teoria geral do direito civil – 33ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2016. ISBN 978-85-02-63864-8.

FRANCO, Cristiano de Moraes. **A Vulnerabilidade do Consumidor Ante a Prática da Obsolescência Programada**. Monografia (Especialização em Direito) – Curso de Pós-Graduação em Direito do Consumidor e Direitos Fundamentais – Programa de

Pós-graduação em Direito - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/129626/000975723.pdf?sequenc>

Acesso em: 09 jun. 2024.

FILOMENO, José Geraldo B. **Direitos do Consumidor**, 15ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597017069. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597017069/> . Acesso em: 16

mai. 2024.

FILHO, Sergio C. **Programa de Direito do Consumidor** . BARUERI - SP: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559772766. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772766/> . Acesso em: 13

mai. 2024.

GIANCOLI, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor** . São Paulo: Editora Saraiva, 2024. E-book. ISBN 9788553623303. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553623303/> . Acesso em: 24

abr. 2024.

GOMES, Orlando. **Introdução Ao Direito Civil**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788530986810. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530986810/> . Acesso em: 18

mai. 2024.

GRINOVER, Ada P.; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos E.; MARQUES, Cláudia L.; e outros. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor** . Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559645527. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559645527/> . Acesso em: 08

jun. 2024.

KEEBLE, Daniel. ***The Culture of Planned Obsolescence in Technology Companies***. *Theseus [Open Repository of the Universities of Applied Sciences]*. 2013.

*Title of Bachelor's Thesis in Business Information Technology*. Disponível em: <https://www.theseus.fi/handle/10024/55526> . Acesso em: 11 jun. 2024.

KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor** . São Paulo: Grupo GEN, 2020. E-book. ISBN 9788597026443. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026443/> . Acesso em: 13 mai. 2024.

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. ISBN 978-85-0728-6.

LOTUFO, Renan. **Código Civil comentado**. v.1 . São Paulo: SRV Editora LTDA, 2016. E-book. ISBN 9788502637214. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502637214/> . Acesso em: 08 jun. 2024.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor** . Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2024. E-book. ISBN 9786559648856. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559648856/> . Acesso em: 24 abr. 2024.

NADER, Paulo. **Introdução Ao Estudo do Direito**. Rio de Janeiro - RJ: Grupo GEN, 2024. E-book. ISBN 9788530994570. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530994570/> . Acesso em: 18 mai. 2024.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor** . São Paulo: Editora Saraiva, 2024. E-book. ISBN 9788553623372. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553623372/> . Acesso em: 24 abr. 2024.

OBSOLECÊNCIA. Dicionário Michaelis Online. 2015. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/obsolesc%C3%Aancia/>. Acesso em: 09 jun. 2024.

PACKARD, Vance. **Estratégia do Desperdício** ; tradução Aydano Arruda. São Paulo: IBRASA, 1965.

PAVÃO, Pedro Paulo R. **Obsolescência Programada de Produtos**. Disponível em: <<https://www.liraatlaw.com/content/obsolescencia-programada-de-produtos>>. Acesso em: 11 jun. 2024.

PEREIRA, Caio Mário da S. **Instituições de Direito Civil: Introdução Ao Direito Civil**: Teoria Geral de Direito Civil. VI. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2024. E-book. ISBN 9786559649105. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559649105/> . Acesso em: 18 mai. 2024.

PERES FILHO, José Augusto. **Direito do Consumidor** . (Coleção Método Essencial). Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559645596. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559645596/> . Acesso em: 20 mai. 2024.

REALE, Miguel. **Lições Preliminares de Direito**, 27ª edição. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2013. E-book. ISBN 9788502136847. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502136847/> . Acesso em: 18 mai. 2024.

RODRIGUES, Silvio. **Direito Civil**: Parte Geral - 30 Edição. São Paulo: Saraiva, 2007. p. 319. ISBN 8850204320X(v.1).

ROSSINI, Valéria; NASPOLINI, Samyra Haydêe Dal Farra. Obsolescência Programada e Meio Ambiente: Geração de Resíduos de Equipamentos Eletroeletrônicos. **Revista de Direito e Sustentabilidade**. e-ISSN: 2525-9687. Brasília. v. 3. n. 1. p. 51-71. Jan/Jun. 2017. Disponível em:

<https://pdfs.semanticscholar.org/b618/a00eda1752b552862ff1fffc17b28e69bb72.pdf> .

Acesso em: 10 jun. 2024.

SILVA, Dênis Almeida Suruagy da. **A Obsolescência Programada Diante do Sistema Consumerista Brasileiro**: Da responsabilidade civil dos fornecedores aos horizontes para proteção dos consumidores. Dissertação (mestrado em Direito) – Universidade Federal de Alagoas – UFAL – Programa de Pós-Graduação. Maceió, 2022. Disponível em:

[https://www.repositorio.ufal.br/jspui/bitstream/123456789/11710/1/A%20obsolesc%C3%Aancia%20programada%20diante%20do%20sistema%20consumerista%20brasileiro\\_da%20responsabilidade%20civil%20dos%20fornecedores%20aos%20horizontes%20para%20prote%C3%A7%C3%A3o%20dos%20consumidores.pdf](https://www.repositorio.ufal.br/jspui/bitstream/123456789/11710/1/A%20obsolesc%C3%Aancia%20programada%20diante%20do%20sistema%20consumerista%20brasileiro_da%20responsabilidade%20civil%20dos%20fornecedores%20aos%20horizontes%20para%20prote%C3%A7%C3%A3o%20dos%20consumidores.pdf). Acesso em: 12 jun. 2024.

SILVA, João Vítor Borges. **A Obsolescência Programada como Prática Abusiva nas Relações de Consumo**. Monografia (graduação) – Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, 2018.

SOARES, Ricardo Maurício F. **Princípios do Direito do Consumidor Brasileiro: Doutrina e Jurisdição**. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2023. E-book. ISBN 9786553624429. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553624429/> . Acesso em: 17 mai. 2024.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim A. **Manual de Direito do Consumidor** – Vol. Único. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2024. E-book. ISBN 9786559649990. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559649990/> . Acesso em: 13 mai. 2024.

TJ-RS (Tribunal de Justiça). **Recurso Cível 71004479119**. Primeira Turma Recursal Cível. Relator Des. Lucas Maltez Kachny. Data de julgamento: 22 abr. 2014. DJe: 24 abr. 2014. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/tj-rs/117653792/inteiro-teor-117653812> . Acesso em: 12 jun. 2024.

VENOSA, Sílvio de S. **Introdução Ao Estudo do Direito**. Barueri - SP: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559771073. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771073/> . Acesso em: 18 mai. 2024.