

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
DEPARTAMENTO DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

Gabriel Garcia Rafaelli Rigoni

O reconhecimento da prática da obsolescência programada como uma espécie de
vulnerabilidade do consumidor

Florianópolis

2022

Gabriel Garcia Rafaelli Rigoni

O reconhecimento da prática da obsolescência programada como uma espécie de vulnerabilidade do consumidor

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Direito do Centro de Ciências Jurídicas da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Geyson José Gonçalves da Silva

Florianópolis

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Rigoni, Gabriel Garcia Rafaelli

O reconhecimento da prática da obsolescência programada
como uma espécie de vulnerabilidade do consumidor /
Gabriel Garcia Rafaelli Rigoni ; orientadora, Geyson José
Gonçalves da Silva, 2022.

83 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências
Jurídicas, Graduação em Direito, Florianópolis, 2022.

Inclui referências.

1. Direito. 2. Direito do consumidor. 3. Práticas
comerciais abusivas. 4. Obsolescência programada. 5.
Vulnerabilidade. I. Silva, Geyson José Gonçalves da. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em
Direito. III. Título.

Gabriel Garcia Rafelli Rigoni

O reconhecimento da prática da obsolescência programada como uma espécie de vulnerabilidade do consumidor

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Direito.

Florianópolis, 09 de dezembro de 2022.

Prof. Dr. Luiz Henrique Urquhart Cademartori
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Geyson José Gonçalves da Silva
Orientador

Carlos Mendes da Silveira Cunha, Mestrando PPGD/UFSC
Avaliador

Isabela Moreira do Nascimento Domingos, Me., Doutoranda PPGD/UFSC
Avaliadora

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA CENTRO DE
CIÊNCIAS JURÍDICAS
COLEGIADO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

TERMO DE APROVAÇÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado “O reconhecimento da prática da obsolescência programada como uma espécie de vulnerabilidade do consumidor”, elaborado pelo(a) acadêmico “Gabriel Garcia Rafaelli Rigoni”, defendido em 09/12/2022 e aprovado pela Banca Examinadora composta pelos membros abaixo assinados, obteve aprovação com nota **10,0 (dez)**, cumprindo o requisito legal previsto no art. 10 da Resolução nº 09/2004/CES/CNE, regulamentado pela Universidade Federal de Santa Catarina, através da Resolução nº 01/CCGD/CCJ/2014.

Florianópolis, 09 de dezembro de 2022.



Documento assinado digitalmente

GEYSON JOSE GONCALVES DA SILVA

Data: 15/12/2022 15:17:27-0300

CPF: ***.327.903-**

Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Geyson José Gonçalves da Silva

Professor Orientador



Documento assinado digitalmente

CARLOS MENDES DA SILVEIRA CUNHA

Data: 15/12/2022 10:39:28-0300

CPF: ***.980.768-**

Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Carlos Mendes da Silveira

Membro de Banca



Documento assinado digitalmente

Isabela Moreira do Nascimento Domingos

Data: 16/12/2022 15:58:03-0300

CPF: ***.748.382-**

Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Isabela Moreira do Nascimento Domingos

Membro de Banca

Dedico este trabalho aos meus pais, Fernando e Dirce, e ao meu irmão, André, por tudo.

AGRADECIMENTOS

Não poderia direcionar meus primeiros agradecimentos a outras pessoas que não fossem meus pais, Fernando Rigoni e Dirce Méri de Rossi Garcia Rafaelli. Obrigado por sempre me apoiarem e estarem junto comigo nesta caminhada.

Igualmente passo a agradecer aos meus demais familiares, na pessoa de meu irmão, André Garcia Rafaelli Rigoni, pelo suporte durante esta trajetória.

Ao meu orientador, caro Prof. Geyson José Gonçalves da Silva, agradeço pelo despertar no interesse da matéria ora abordada em suas ilustres aulas, as quais, ressalto, sempre divertidas, e pela orientação prestada durante este trabalho. Aos membros da banca, sou grato por terem aceitado o convite e se interessado pela pesquisa.

Aos meus amigos de Carlos Barbosa, Matheus (Teteu), Guilherme, Matheus (Meza), Elias e Tobias, meu muito obrigado pela amizade de anos - e pela tatuagem que compartilhamos. Aqui, cabe um agradecimento especial ao amigo Henrique Gassen, irmão de vida, com quem tenho a felicidade de compartilhar as mais sinceras cumplicidades desde quando éramos crianças até os dias de hoje, em Florianópolis, na mesma universidade.

Aos colegas Frederico, Diego, Bruno e Thompson, que viraram verdadeiros irmãos, agradeço pelos momentos vividos durante estes cinco anos. O caminho com vocês foi mais feliz.

Agradeço aos demais amigos, Caio, Luciano, Vinicius, Rodrigo, Nicole, Liege, Aniele e Maria, pelo convívio durante a graduação que, com certeza, tornou este período mais leve.

Agradeço, ainda, a todos os demais que acabaram por me auxiliar durante este percurso, ainda que indiretamente, pois também são peças importantes do processo.

Por fim, meus sinceros agradecimentos a todos professores, servidores e terceirizados que atuam no Curso de Direito da Universidade Federal de Santa Catarina. Sem vossa inequívoca paixão pela educação pública, gratuita e de qualidade, a qual está constantemente sob ataque, nada disto seria possível.

“Com a crise do conceito de comunidade, emerge um individualismo desenfreado, onde ninguém mais é companheiro de viagem de ninguém, e sim seu antagonista, alguém contra quem é melhor se proteger. Este “subjativismo” solapou as bases da modernidade, que se fragilizaram dando origem a uma situação em que, na falta de qualquer ponto de referência, tudo se dissolve numa espécie de liquidez. Perde-se a certeza do direito (a justiça é percebida como inimiga) e as únicas soluções para o indivíduo sem pontos de referência são o aparecer a qualquer custo [...] e o consumismo. Trata-se, porém, de um consumismo que não visa a posse de objetos de desejo capazes de produzir satisfação, mas que torna estes mesmos objetos imediatamente obsoletos, levando o indivíduo de um consumo a outro numa espécie de bulimia sem escopo [...] Crise.” (ECO, 2017, p. 8)

RESUMO

O capitalismo e a revolução industrial trouxeram consigo profundas mudanças no modo de vida da sociedade. Nesta seara, a passagem de uma modernidade sólida para uma modernidade líquida e de consumo para consumismo. O consumo em massa gera, assim, uma sociedade de consumidores. Todavia, observa-se a existência de um mercado que a todo momento busca reorganizar seus fatores produtivos e implementar estratégias para que produtos manufaturados se tornem obsoletos rapidamente, de modo a gerar o descarte e a “necessidade” de compra de novas mercadorias e serviços. Os paradoxos e paradigmas inerentes a tal situação também são consequência, em especial, a obsolescência programada. Ao direito do consumidor incumbe o papel de proteger o elo mais fraco desta relação. É diante deste cenário que a presente monografia se estrutura. Assim, a temática central pode ser resumida na seguinte pergunta: “a técnica da obsolescência planejada coloca os consumidores em situação de vulnerabilidade perante o mercado que merece ser reconhecida, gerando, por consequência, a necessidade de tutela específica desta prática comercial abusiva?”. Nessa esteira, utilizou-se do método indutivo e de uma metodologia descritiva para, em um primeiro momento, traçar-se uma revisão bibliográfica histórica da sociedade de consumo, compreendendo, posteriormente, o fenômeno do direito do consumidor como um direito fundamental consequente desta era. A partir disso, através da normativa insculpida na normativa constitucional e infraconstitucional, levantam-se as hipóteses de proteção do consumidor frente às suas vulnerabilidades e, concomitantemente, busca-se verificar se a legislação é suficientemente protetiva diante da prática da obsolescência programada, explorando-se as experiências e marcos legais de outros países na temática.

Palavras-chave: Sociedade de consumo. Direito do consumidor. Vulnerabilidade. Práticas comerciais abusivas. Obsolescência programada.

ABSTRACT

Capitalism and the industrial revolution brought with them profound changes in society's way of life. In that regard, the passage from a solid modernity to a liquid modernity and from consumption to consumerism. Mass consumption thus generates a society of consumption. However, there is a market that at all times seeks to reorganize its productive factors and implement strategies so that manufactured products quickly become obsolete, in order to generate disposal and the "need" to purchase new goods and services. The paradoxes and paradigms inherent to this situation are also a consequence, in particular, of planned obsolescence. The consumer rights has the role of protecting the weakest link in this relationship. It is against this backdrop that this monograph is structured. Thus, the central theme can be summarized in the following question: "Does the technique of planned obsolescence place consumers in a vulnerable situation in the face of the market that deserves to be recognized, thus generating the need for specific protection of this abusive commercial practice?". In this wake, an inductive method and a descriptive methodology were used to, at first, draw up a historical bibliographical review of the consumer society, understanding, subsequently, the phenomenon of consumer rights as a fundamental right resulting from this era. From this, through the norms inscribed in the constitutional and infraconstitutional norms, hypotheses of consumer protection against their vulnerabilities are raised and, concomitantly, it is sought to verify whether the legislation is sufficiently protective in the face of the practice of planned obsolescence, exploring it and the experiences and legal frameworks of other countries on the subject.

Keywords: Society of consumption. Consumer rights. Vulnerability. Abusive commercial conducts. Planned obsolescence.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CC	Código Civil de 2002
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CF	Constituição Federal de 1988
CPC	Código de Processo Civil
ONU	Organização das Nações Unidas
REsp	Recurso Especial
STJ	Superior Tribunal de Justiça
UE	União Europeia

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 SOCIEDADE DE CONSUMO.....	14
2.1 Modernidade sólida: perspectiva histórica.....	15
2.2 A sociedade de consumidores na pós-modernidade líquida.....	20
2.3 Uma sociedade de excessos: o hiperconsumo.....	23
2.3.1 Estímulo ao consumismo e a autonomia da vontade frente às "novas necessidades" da sociedade de hiperconsumo.....	26
3 O DIREITO DO CONSUMIDOR COMO UM DIREITO FUNDAMENTAL E A PROTEÇÃO DE SUAS VULNERABILIDADES NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO.....	29
3.1 A necessária proteção do consumidor em uma era de consumo globalizado	29
3.2 O direito do consumidor como um direito humano de nova geração.....	31
3.3 Tutela constitucional ao direito do consumidor.....	38
3.4 A Lei 8.078/1990 e os mecanismos de defesa do consumidor ante suas vulnerabilidades.....	41
4 PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS: A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA..	54
4.1 Histórico e conceito da obsolescência programada.....	54
4.2 Espécies de obsolescência programada.....	57
4.3 Obsolescência programada como prática comercial abusiva e os mecanismos protetivos do CDC ante sua ocorrência.....	60
4.4 A vulnerabilidade do consumidor em relação a obsolescência programada	67
4.5 Experiências internacionais no combate à obsolescência programada.....	69
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	72
REFERÊNCIAS.....	76

1 INTRODUÇÃO

O mundo globalizado e a sociedade de hiperconsumo em que o século XXI está imerso carrega grandes desafios na seara do direito do consumidor. O mercado constantemente reorganiza seus fatores produtivos e implementa estratégias para que os produtos manufaturados tornem-se obsoletos rapidamente, de modo a gerar o descarte e a “necessidade” de compra de novas mercadorias e serviços. Está a se falar da técnica intitulada de obsolescência planejada.

A referida prática comercial, para além dos notáveis efeitos nocivos ao meio-ambiente, também gera prejuízos de ordem socioeconômica aos consumidores e à própria coletividade. De difícil detecção, a obsolescência programada tem campo fértil para proliferar-se nas mais variadas formas, fazendo com que o consumidor fique à mercê do mercado e sequer tenha ciência do que está sendo vítima, não sendo poucas as notícias retratadas nos meios de comunicação sobre o assunto.

É neste quadro que indaga-se se os mecanismos de proteção atualmente são suficientes ao enfrentamento da obsolescência programada e se é preciso seu reconhecimento como uma espécie de vulnerabilidade do consumidor.

No mesmo diapasão, depreende-se que o capitalismo e a revolução industrial trouxeram consigo profundas mudanças no modo de vida da sociedade. O excesso de produção e a necessidade de escoamento aos mercados entregaram à modernidade um novo paradigma: o consumo como padrão diferenciador e de auto-reconhecimento. A evolução deste incipiente perfil consumerista de indivíduos chega a seu ápice no que passou-se a denominar de sociedade de consumo. Trata-se de uma nova etapa civilizacional pós-moderna, a qual Bauman classifica como uma sociedade líquida, que carrega valores de efemeridade, excesso e desperdício.

Neste contexto, com intuito de manutenção de uma economia cada vez mais crescimentista, estratégias são traçadas para acelerar o processo de compra e descarte. É neste particular que a obsolescência programada ganha terreno e torna os produtos manufaturados obsoletos e descartáveis prematuramente. Os consumidores, por sua vez, se colocam em posição de vulnerabilidade diante destas práticas abusivas que acabam passando despercebidas. O reconhecimento da

obsolescência planejada como uma espécie de vulnerabilidade, neste viés, é de extrema importância para a proteção dos consumidores brasileiros.

No ponto, não obstante a legislação consumerista preveja mecanismos coibidores e repressivos de práticas comerciais abusivas, faz-se necessário a verificação da possibilidade de sua ampliação por meio de uma tutela protetiva específica para o âmbito da obsolescência programada, à medida que se trata de estratégia mercadológica de difícil percepção e enfrentamento.

Assim, a análise sob o ponto de vista de que o reconhecimento desta prática constitui uma espécie de vulnerabilidade do consumidor é tema que pode resultar em importantes avanços.

2 SOCIEDADE DE CONSUMO

Inúmeros são os termos utilizados para identificar-se e compreender-se a sociedade contemporânea. Para além das evidentes diferenças de expressões, existem também distinções a níveis conceituais e filosóficos. Trata-se, portanto, de difícil tarefa das ciências humanas e sociais de achar um denominador comum para projetar modelos científicos aceitos e partilhados pela própria comunidade científica em um determinado período histórico. No entanto, ao que parece, há um comum acordo entre diversos autores quanto a tentativa de compreender a sociedade contemporânea sob o aspecto da influência do consumo em sua construção.

Curiosamente, as definições do que se denomina de “sociedade de consumo” tampouco fogem deste particular paradoxo. A expressão, não obstante seja utilizada recorrentemente em textos e discursos filosóficos de numerosos acadêmicos, não possui definições fixas ou de uso geral. Uma simples pesquisa permite compreender que cada pesquisador serve-se de suas próprias conclusões ou se baseia em conceitos alheios.

Nesse sentido, os apontamentos de Barbosa¹ indicam que pesquisadores pecam em não realizarem uma distinção mais clara entre teorias sobre a sociedade e a cultura de consumo de consumidores propriamente ditos e teorias sobre o consumo. O ponto nevrálgico é que, segundo a referida autora², ao se misturar sociedade e cultura sob um único conceito, se estará diante do perigo de cruzar esferas da vida social e arranjos institucionais que, na verdade, não se encontram em um bloco único e atrelados entre si, podendo, por vezes, estarem desassociados. Desse aspecto ora tratado, nota-se que existem sociedades de mercado onde o consumo não é o elemento mais crucial para garantir a reprodução do modelo e distinção social. Sobre o assunto, Barbosa destaca sociedades em que “variáveis como sexo, idade, grupo étnico e status ainda desempenham um papel importante naquilo que é usado e consumido”³.

Dentro desse contexto, importa analisar o consumo como um dos principais propulsores da organização de tecidos sociais, ao passo de que, sob esta percepção, muitos são os diagnósticos que podem ser feitos através dos fenômenos

¹ BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. p. 8.

² Ibidem. p. 9.

³ Ibidem, p. 9.

ocorridos em uma sociedade. Para tanto, fundamental se faz, em um primeiro momento, analisar o surgimento de uma modernidade indicando suas características e paradoxos, localizando o fenômeno do consumo e sua evolução até ao que se passa a consignar de pós-modernidade, utilizando-se de um conceito de “sociedade de consumidores”, desenvolvido pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman, e de uma teoria de “sociedade de hiperconsumidores”, de autoria de Gilles Lipovetsky, filósofo e pesquisador francês.

2.1 Modernidade sólida: perspectiva histórica

O consumo possui, enquanto fenômeno de construção de sociedades, “raízes tão antigas quanto os seres vivos”, sendo possível aferir, ao longo da história humana, a existência de determinadas modalidades de consumo que foram superadas, com algumas características remanescentes⁴.

Assim, entende-se que o ato de consumir é uma atividade inerente aos seres humanos e que está presente em qualquer seio social, seja para atender necessidades básicas, seja para satisfazer desejos individuais e coletivos tidos como “necessários”⁵.

Nesse cenário, Bauman indica a sociedade moderna tradicional como uma sociedade de produtores⁶, onde a posse e a apropriação de bens era de suma importância para a segurança e a previsibilidade que imperavam de forma quase absolutas no sistema.

Tida como uma fase “sólida” da modernidade, este período histórico viu a superação dos dogmas que prevaleciam no feudalismo com o florescer do iluminismo e de um novo sistema econômico: o capitalismo. O desenvolvimento de uma racionalidade pautada pelo antropocentrismo, segundo Touraine⁷, permitiu a construção de uma ideologia dominante, com efeitos materiais para além dos países centrais ocidentais, incidindo na lógica produtiva do mundo periférico posteriormente.

⁴ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 37.

⁵ BARBOSA, op cit., p. 7.

⁶ BAUMAN, op cit., p. 41-42.

⁷ TOURAINE, Alan. **Crítica da modernidade**. Tradução de Elias Ferreira Edel. Petrópolis: Vozes, 1994, p. 64.

Se antes as crenças religiosas ditavam e vinculavam o homem a mandamentos de um ente superior, em verdadeira sociedade teocrática, a razão passa a exercer papel central de oposição ao mundo cultural conhecido da idade média. A racionalização permitiu a segurança e a estabilidade que o mundo e o capitalismo necessitavam, pautando o próprio desenvolvimento do conhecimento. Ao atingir não somente nobres e clero, mas também os demais sujeitos da sociedade que passaram a ser dotados de razão e vontade, os ideais iluministas nortearam as revoluções burguesas do século XVIII, em clara crítica e oposição ao modelo anterior, com intuito de direcionar a civilização europeia a novos “progressos”. Tanto o é, que, para Binetti, a lógica iluminista se espalhou no continente europeu principalmente na seara da economia, onde fixava-se a ideia de existência de uma ordem natural por leis eternas que deveriam, por conta da razão, serem reconhecidas e adotadas, visto que produziram prosperidade máxima⁸.

Esta transição para uma modernidade sólida foi tão transformadora em seu impacto que Giddens a classifica como um movimento jamais experimentado na história humana, caracterizando um verdadeiro marco singular⁹, que merece maior aprofundamento.

Para autores como Marx e Durkheim, a revolução industrial e as revoluções burguesas permitiram o surgimento do capitalismo e de uma industrialização de escala que impulsionam a transformação da modernidade.

Segundo Marx, o sistema capitalista transformou não apenas bens materiais, mas igualmente a força de trabalho humana em mercadoria. A classe trabalhadora passou, então, a não mais enxergar as relações sociais envolvidas na produção de seu labor, ocasionando um fetichismo da mercadoria produzida e sua própria alienação perante o processo¹⁰.

Esta nova ordem econômica, porém, preserva noções da sociedade de produtores. A ideologia dominante da burguesia industrial ainda pautava-se pelo acúmulo de bens (capital), com necessidade de organização, regularidade e confiança duradouros do sistema, que culminaram no surgimento de “estratégias

⁸ BINETTI, Saffo Testoni. Iluminismo. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco *et al.* **Dicionário de política** trad. Carmen C. Varriale *et al.* 10ª ed. Brasília: UnB, v. 2. 1997. p. 611.

⁹ GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Editora Unesp, 1991. p. 21.

¹⁰ MARX, Karl. **Manuscritos econômicos-filosóficos**. Tradução de José Carlos Bruni, José Artuhur Giannotti, Edgar Malagodi e Walter Rehfeld. 5. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1991.

burocráticas e panópticas de dominação”¹¹. Os indivíduos, embora dotados de razão, deveriam ter seus comportamentos disciplinados nas mais variadas instituições do Estado burguês, de modo a padronizá-los em suas rotinas para inexistência de questionamentos e, por consequência, da formação de uma consciência de classes.

Bauman elucida que a satisfação destes indivíduos consistia na “promessa de segurança a longo prazo, não no desfrute imediato de prazeres”¹². Cuida-se de uma lógica advinda da ética protestante fortemente presente no cerne do capitalismo e muito bem descrita na obra de Weber, sobre a qual depreende-se que, para cercear motivações individuais, a sociedade de produtores não aportava valores ideológicos no imediato e sim na posterioridade. O acúmulo e o sacrifício individual significavam um futuro de alegrias e satisfações para o bem comum¹³.

Nessa esfera, a evolução do capitalismo, explica Giddens, se dá pela necessidade de movimentação da modernidade como fruto de uma sequência de investimentos que geram lucros e ocasionam novos investimentos, em formato de ciclo, por parte dos detentores dos meios de produção que, convergido a tendência do declínio da taxa de lucro, resultam na busca constante da expansão do sistema¹⁴.

Por outro lado, Durkheim enxerga na industrialização, com a divisão do trabalho do modelo produtivo, a força motor das mudanças frequentes da modernidade. Nas palavras de Giddens,

O caráter de rápida transformação da vida social moderna não deriva essencialmente do capitalismo, mas do impulso energizante de uma complexa divisão de trabalho, aproveitando a produção para as necessidades humanas através da exploração industrial da natureza. Vivemos em uma ordem que não é capitalista, mas industrial¹⁵.

Tais constatações não são, de forma alguma, antagônicas, mas sim complementares. Ao colocar-se uma lupa sobre o capitalismo e a industrialização, é possível notar que o a narrativa sobre a felicidade, escorada em um mito de igualdade da sociedade moderna que o sistema e a classe dominantes propunha-se a propagar ideologicamente, toma o lugar da salvação eterna do modelo anterior¹⁶.

¹¹ BAUMAN, op. cit., p. 42-43.

¹² BAUMAN, op. cit., p. 42-43.

¹³ BAUMAN, Zygmunt. **A ética é possível no mundo de consumidores**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011. p. 153.

¹⁴ GIDDENS, op. cit., p. 21.

¹⁵ GIDDENS, op. cit., p. 22.

¹⁶ BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Reimp. Lisboa, Portugal: Edições 70 LDA., 2011.p. 49-50.

Este discurso é reforçado pela Declaração dos Direitos dos Homens e Cidadãos que reconhece o direito à felicidade.

A percepção de felicidade começa, a partir deste momento, tornar-se parâmetro em uma sociedade de produtores que estava a evoluir a passos largos junto do sistema econômico vigente.

Nesse ínterim, a busca pela felicidade estava atrelada intrinsecamente à posse de mercadorias que importam em símbolos de conforto e bem-estar, distanciando-se de uma noção coletiva de felicidade inicial do sistema. Isto deve-se ao fato de que o aumento exponencial do modelo produtivo e do excedente de mercadorias impuseram a burguesia a necessidade artificial de criar “consumidores” para escoamento deste excesso¹⁷.

Assim, se na primeira fase do capitalismo o operário apenas recebia soldo para suprir suas necessidades básicas de subsistência, para manter-se um corpo dócil e útil ao modelo produtivo do sistema, agora passou a exercer papel fundamental como consumidor para a continuidade da ordem econômica.

A abundância de mercadorias gerava na sociedade uma sensação de crescimento que levava a noção irreal de igualdade do sistema. Como bem esclarece Baudrillard, “o crescimento em si é função da desigualdade. A necessidade que a ordem social desigualitária e a estrutura de privilégio têm de se manter é o que produz e reproduz o crescimento como seu elemento estratégico”¹⁸.

Nesse linear, segundo Lipovstky, identifica-se a primeira grande fase do consumo em massa no final do século XIX até a ocorrência da Segunda Guerra Mundial, onde grandes mercados emergem por conta deste aumento de produção e pela inovação do escoamento de mercadorias¹⁹. O desenvolvimento de modelos produtivos da indústria como o fordismo e o taylorismo permitiram, como nunca antes, a expansão da produção e da reprodução da sociedade capitalista.

A segunda grande fase apontada pelo filósofo francês não destoa deste cenário incipiente da sociedade de consumo e, na verdade, aprofunda sobremaneira as mudanças que já vinham ocorrendo. O consumo deixa, então, de ser uma mera característica para um verdadeiro objetivo e modelo de vida.

¹⁷ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 31.

¹⁸ BAUDRILLARD, op cit., p. 53-56.

¹⁹ LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 26-27.

O aumento dos índices de produtividade do trabalho pelo maior desenvolvimento das técnicas produtivas propiciaram um enorme crescimento econômico nas sociedades ocidentais. A subida do poder de compra dos salários juntamente a disponibilidade de crédito vasta a uma nova massa de consumidores concedeu acesso, pela primeira vez, a bens que nunca antes estiveram disponíveis para as camadas sociais mais baixas²⁰.

A produção em massa e em escala deste período significa, por corolário, a existência de uma alta rotatividade de produtos diversos. Como consequência, tais mercadorias tinham sua vida útil diminuída para serem renovados por novos produtos e darem vazão a produção cada vez mais significativa, abrindo espaço a novas tendências²¹.

Tratam-se de novos objetivos de um projeto de sociedade que se pauta pelo consumo. A noção de felicidade atrela-se, de maneira quase indissociável, ao consumo, de maneira imediata e momentânea. A noção individualista de sociedade ganha tamanha força neste momento histórico que Lipovetsky classifica o fenômeno como uma “segunda revolução individualista”²².

A par disso, a previsibilidade e a segurança que proporcionavam e marcavam um ambiente de confiança, ordenado, regular, de identificação dos contratantes e, de certa forma, de respeito a autonomia da vontade, foram esvaindo-se da lógica que imperava na modernidade sólida.

Neste particular, Bauman registra que Jurgen Habermas, próximo a década de 1970 (mil novecentos e setenta), anunciava o fim da sociedade de reprodutores²³. Apesar de o autor polonês classificar várias fases da modernidade, a mudança para uma sociedade de consumidores coincide com um novo estágio da modernidade: a modernidade líquida. Não se trata de abandonar sumariamente com os conceitos e parâmetros característicos da modernidade, mas sim a alteração substancial em seu padrão.

Fato é que a racionalização, o capitalismo e a industrialização são fenômenos multidimensionais que marcam o período de uma modernidade sólida.

²⁰ LIPOVETSKY, *Ibidem*, p. 32-33.

²¹ LIPOVETSKY, *Ibidem*, p. 34.

²² LIPOVETSKY, *Ibidem*, p. 36.

²³ BAUMAN, *op. cit.*, p. 13-14.

2.2 A sociedade de consumidores na pós-modernidade líquida

O mero ato de consumir, como visto, não pode ser atribuído como elemento identificador da sociedade de consumidores, à medida que se trata de conduta inerente à própria natureza humana e que remete aos primórdios das primeiras civilizações.

Neste sentido, Sodré elucida que a caracterização de uma típica sociedade de consumo está lastreada quando as relações capitalistas estão alicerçadas em externalidades como a produção em série de produtos, a distribuição em massa destes bens, com publicidade em grande escala nas oferta dos mesmos, em conjunto a disponibilização de acesso ao crédito aos consumidores que geram a aquisição destes produtos e serviços por meio de contratos de adesão²⁴.

Sem embargo, está a se falar da terceira grande fase do consumo de massas descrita por Lipovetsky. Nesta etapa, de acordo com McCracken, o hábito de consumo já estava plenamente instaurado na sociedade, sofrendo contínuos impulsos por estratégias de publicidade e suas técnicas de marketing e vendas, insculpindo nos bens significados psicológicos²⁵.

Neste caminhar, a sociedade de consumidores não diz respeito somente ao processo de consumo de produtos ou serviços, mas sim de estilos de vida, valores e princípios. Para Bauman, “os consumidores são primeiro e acima de tudo acumuladores de sensações; são colecionadores de coisas apenas num sentido secundário e derivativo”²⁶.

O individualismo, que cada vez mais ganhava força na incipiente sociedade de consumo, se estabelece de vez, sendo potencializado pela percepção de que a promessa de evolução da modernidade para uma sociedade que conseguisse resolver seus problemas sociais, proporcionando a igualdade e a liberdade entre as camadas sociais estava cada mais distante. Aliado a uma ideologia liberal de desregulamentação e privatização das tarefas e objetivos da modernidade, os

²⁴ SODRÉ, Marcelo Gomes. **Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Ed. RT, 2007. p. 67.

²⁵ McCracken, Grant. **Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo**. RAE-Revista de Administração de Empresas, vol. 47, n. 1, jan-mar 2007, p. 43-48.

²⁶ BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed.1999. p. 91

indivíduos se veem deixados à própria sorte para solução destes referidos problemas com os recursos que dispõem, pensando serem senhores de si mesmo²⁷.

A não interferência do Estado, nesta lógica, representa a noção de que apenas a manutenção de uma ordem (jurídica e fática) que garantisse a segurança para as pessoas e seus bens seria necessária, ao passo de que permitiria que as escolhas individuais pudessem ser exercidas em sua plenitude. Aqui está a quebra de um paradigma da modernidade sólida - não mais os indivíduos precisam agir em conjunto para um bem comum, vez que suas preocupações direcionam-se aos próprios problemas, aos próprios prazeres.

À luz deste contexto que Lipovetsky classifica este período como uma segunda revolução individualista - pauta-se pelo culto hedonista e pela autonomia dos indivíduos em relação às instituições coletivas²⁸.

Assim, o ato de consumir está inserido em um processo de significação e de comunicação, assim como em um processo de classificação e de diferenciação social. Enquanto símbolo, especificamente, o consumo representa fielmente os objetivos traçados pela sociedade de consumo enquanto instrumento que estabelece valores hierárquicos dentro de uma sociedade, deixando o consumidor à mercê das intenções de produtores de bens e serviços:

Na perspectiva inversa, torna-se claro que todo o aparelho económico e psico-sociológico de estudos de mercado e de motivações, etc., por cujo intermédio se pretende fazer reinar no mercado a procura real e as necessidades profundas do consumidor, existe apenas o fito de induzir tal procura para saída dos produtos, mascarando, porém, o processo objetivo com a encenação do processo inverso. O homem não se tornou objecto de ciência para o homem senão a partir do momento em que os automóveis se tornaram mais difíceis de vender que fabricar²⁹.

A par disto que, entendendo os sistemas de signos como mecanismos que impõem a ideologia e os interesses da classe dominante - a de fornecedores, *in casu* -, infere-se que a democratização do consumo, onde todas as classes se relacionam com mercadorias de igual forma, não representam uma inversão da ordem social³⁰.

Ao contrário, a simbologia presente nos objetos de consumo apenas mantém a diferenciação e a distinção social, funcionando como legitimadores. Como muito

²⁷ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, p. 41.

²⁸ LIPOVETSKY, op. cit., p. 37.

²⁹ BAUDRILLARD, op. cit. p. 82.

³⁰ Idem, p. 50-52.

bem aborda Bourdieu, a produção de sistemas de signos são maneiras de representar valores e a realidade enxergada por uma sociedade, bem como relacionam-se com os interesses dominantes:

A cultura dominante contribui para a integração real da classe dominante [...]; para a integração fictícia da sociedade no seu conjunto, portanto, à desmobilização (falsa consciência) das classes dominadas; para a legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento das distinções (hierarquias) e para a legitimação dessas distinções.

[...]

É assim que os sistemas simbólicos cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre a outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a domesticação dos dominados³¹.

Neste *locus*, Baudrillard complementa:

A sociedade de consumo, no seu conjunto, resulta no compromisso entre princípios democráticos igualitários que conseguem aguentar-se com o mito da abundância e do bem-estar e o imperativo fundamental de manutenção de uma ordem de privilégio e de domínio. [...] Galbraith alegra-se com a diminuição da desigualdade como problema econômico (e, portanto, social) – não porque ela tenha desaparecido – diz – , mas porque a riqueza já não traz as vantagens fundamentais (poder, fruição, prestígio, distinção) que outrora implicava [...] Numa palavra, sem querer, Galbraith mostra que, se existe igualdade (no caso de a pobreza e a riqueza deixarem de constituir problema) é porque ela cessou de ter importância real. Mas, não é essa situação: os critérios de valor residem noutra lugar³².

Os critérios de valorização descritos pelo referido autor estão, portanto, no prestígio e na distinção que o consumo é capaz de proporcionar. Porém, aos consumidores não resta, efetivamente, uma escolha para satisfazer suas necessidades ou desejos. O sistema produtivo e de dominância é estruturado para que fiquem reféns e passivos perante o ritmo de circulação de bens³³.

Não por acaso a produção determina a necessidade e os indivíduos devem consumir necessidades para serem aceitas em suas classes, repetindo-se o ciclo de dominância. O supracitado autor explica que, “tanto é assim, que as necessidades das classes médias e inferiores são sempre, como os objectos, passíveis de atraso e deslocamento no tempo e no plano cultural, em relação às classes superiores”³⁴.

³¹ BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A, 1989, p. 10-11.

³² BAUDRILLARD, op. cit., p. 57.

³³ SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. Tradução de Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002, p. 126-127.

³⁴ BAUDRILLARD, op. cit., p. 69.

Neste contexto, o aumento de produção e circulação de mercadorias refletem em níveis de consumo nunca antes vistos. O que predomina é uma realidade extremamente dinâmica, na qual a necessidade de rotatividade de produtos ocasiona um cenário de dúvidas. A superficialidade e a cultura do descartável é o que impera diante de uma lógica de novas “necessidades” impostas todos dias. Como consequência direta, o relacionamento dos indivíduos com os bens que adquire é extremamente volátil e fluída; não há tempo útil de conservá-los e consertá-los - basta a aquisição de um novo. Quanto mais leves e superficiais forem, menor o risco de prejuízos e, por isso, Bauman fala em uma sociedade líquida³⁵.

É uma nova característica da sociedade de consumidores onde o “consumismo” assume o papel-chave na organização social, papel que era cumprido pelo trabalho na sociedade de produtores³⁶. Com isto, surgem também o fetichismo das marcas, do luxo, do já citado hedonismo, do consumo emocional e do que Lipovetsky cunhou de sociedade do hiperconsumo.

Deste modo, se pelo sentido econômico o consumo refere-se ao processo por qual recursos financeiros são utilizados e esgotados pelos consumidores em rota oposta aos modelos produtivos, que cada vez mais impulsionam este movimento, no sentido social o consumo diz respeito ao “uso de bens na satisfação de necessidades humanas”³⁷. Neste ritmo da modernidade líquida, a sociedade de consumo funciona como um sistema fechado em si mesmo, utilizando-se de pressupostos que ao fim ensejam uma retroalimentação que permite a manutenção de sua lógica.

2.3 Uma sociedade de excessos: o hiperconsumo

A possibilidade de adquirir novos bens e a velocidade com que outros muitos são produzidos fez o consumo expandir-se de maneira exponencial, tornando-o um verdadeiro valor para a sociedade. Como fruto, o significado cultural que estas mercadorias carregam consigo, que estão em constante mudança. Os bens

³⁵ BAUMAN, op. cit., p. 102.

³⁶ Ibidem, p. 41.

³⁷ CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Tradução de Mauro Gama. Rio de Janeiro: Rocco, 2001, p. 60.

tornam-se, portanto, a materialização dos traços culturais e, igualmente, as ideias e valores de determinado tecido social³⁸.

A cultura passa a ser responsável, então, não somente por influenciar o consumo, mas também por constituir novas necessidades, objetos e as práticas das quais o consumo está inserido³⁹.

Dentro deste quadro que Lipovetsky identifica o período após a década de 1970 como uma sociedade de hiperconsumo, na qual importa observar como o indivíduo se relaciona com os signos dos bens que possui e suas próprias emoções de forma individualizada perante eles.

Nesta esfera, as duas primeiras fases do consumo de massa foram marcadas pela fabricação de produtos padronizados, que se pautaram pelo desenvolvimento da organização social do trabalho proporcionada pelos modelos fordistas e tayloristas. No entanto, atualmente, em que se visa cada vez mais a diversidade de mercadorias, o avanço tecnológico permitiu que a variedade exigida pelo mercado pudesse ser alvo de uma produção em grande escala, mas personalizada. O seu escoamento é possibilitado pela publicidade envolta nos produtos, que geram pequenos nichos e exigem ao consumidor que tenha ciência da grande pluralidade de mercadorias existentes, o tornando em o que Lipovetsky chama de hiperconsumidor-profissional⁴⁰.

Este hiperconsumidor é dependente emocional do consumo e se afirma-se enquanto sujeito justamente através de hábitos de consumo frente à sociedade pelo modo como essa relação se sucede. Campbel aponta que este indivíduo enxerga no consumo um meio para distanciar-se de dificuldades individuais, onde a aquisição do bem se origina para resolução de problemas de identidade⁴¹.

Lipovetsky demonstra que o consumo também relaciona-se com o sentimento de bem-estar e prazer do consumidor nesta sociedade:

É cada vez menos verdadeiro que adquirimos objetos para obter prestígio social, para nos isolar de grupos de estatuto inferior e filiarmos aos grupos superiores. O que se busca através dos objetos, é menos uma legitimidade e uma diferença social do que uma satisfação privada cada vez mais indiferente aos julgamentos dos outros. O consumo, no essencial, não é mais uma atividade regrada pela busca de reconhecimento social;

³⁸ MCCRACKEN, op. cit., p. 102-103.

³⁹ SLATER, op. cit., p. 131.

⁴⁰ LIPOVETSKY, op. cit., p. 80-83.

⁴¹ CAMPBEL, op. cit., p. 47.

manifesta-se, isso sim, em vista do bem-estar, da funcionalidade, do prazer para si mesmo⁴².

O francês ainda indica que o consumo e as emoções que agora ele carrega consigo devem ser constantemente renovadas para a viabilidade do sistema. O gosto e interesse por novidades não mais se refere apenas a questões sociais de distinção, mas para o prazer individual. Aqui se incluem todas as camadas sociais, uma vez que a democratização do acesso ao consumo foi fenômeno que possibilitou a produção em níveis extremamente elevados⁴³. Neste ritmo, o consumo de uma sociedade de excessos exige a renovação cíclica em “estética de movimento incessante e das sensações fugazes que comanda as práticas do hiperconsumidor”⁴⁴.

Denota-se, desta forma, existir na sociedade de hiperconsumo a democratização do conforto e do luxo, fazendo com que o consumidor se sinta merecedor desta “experiência” que lhe é vendida⁴⁵. Entretanto, isto não basta. O consumidor, não obstante possua ao seu alcance mercadorias básicas e supérfluas, ainda busca o prazer por novas aquisições, em sentido hedonista. Tal situação decorre das estratégias de publicidade e de técnicas de produção que tornam os objetos obsoletos e descartáveis, com encurtamento de sua vida útil. A insatisfação gerada ao consumidor é o que permite a continuidade do ritmo produtivo, conforme explica Bauman:

A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a não-satisfação de seus membros (e assim, em seus próprios termos, a infelicidade deles). O método explícito de atingir tal efeito é depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido promovidos no universo dos desejos dos consumidores. Mas outra forma de fazer o mesmo, e com maior eficácia, permanece quase à sombra e dificilmente é trazida às luzes da ribalta, a não ser por jornalistas investigativos perspicazes: satisfazendo cada necessidade/desejo/vontade de tal maneira que eles só podem dar origem a necessidades/desejos/vontades ainda mais novos. O que começa com um esforço para satisfazer uma necessidade deve se transformar em compulsão ou vício. E assim ocorre, desde que o impulso para buscar solução de problemas e alívio para dores e ansiedades nas lojas, e apenas nelas, continue sendo um aspecto do comportamento não apenas destinado, mas encorajado com avidez, a se condensar num hábito ou estratégia sem alternativa aparente⁴⁶.

⁴² LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989, p. 172.

⁴³ LIPOVETSKY, op. cit., p. 43-44.

⁴⁴ Idem, p. 68.

⁴⁵ Idem, p. 48.

⁴⁶ BAUMAN, p. 903.

A sociedade de excessos e o hiperconsumo se estabelece e se expande, portanto, ante as frustrações geradas aos consumidores, ao passo de que “os gozos materiais são reais e diversos, mas se multiplicam apenas paralelamente às frustrações existenciais, às dúvidas e insatisfações relativas a si”⁴⁷.

Na sociedade de hiperconsumo o consumidor passa, então, a ser o objeto mercadológico e, em último grau, o próprio objeto da sociedade de consumidores da modernidade líquida.

2.3.1 Estímulo ao consumismo e a autonomia da vontade frente às “novas necessidades” da sociedade de hiperconsumo

O consumismo que a sociedade de hiperconsumo gera é questão complexa pois trata-se de um denominador que marca este período. Como novo tipo de “consumo”, não se olvida que é um conceito que está sempre em movimento pelas constantes mudanças tecnológicas e das estratégias publicitárias que alavancam a sociedade contemporânea.

Inicialmente, importante anotar que o consumismo não é fenômeno que refere-se à mera alteração dos objetos de consumo de outrora, tampouco no aumento de quantidade de bens consumidos.

Com efeito, o consumismo é a principal característica de uma sociedade com indivíduos com necessidades e desejos não atendidos, ainda que parcialmente. É o retrato de uma sociedade cujos sujeitos estão sempre a procura de novas “necessidades” e que pautam seus objetivos de vida em satisfazê-las, no que pese, paradoxalmente, acabem iniciando um novo ciclo de necessidades que não parecer ter fim. É um sistema que se retroalimenta.

Neste sentido, para Bauman

pode-se considerar o consumismo como um tipo de arranjo social, oriundo da renovação de vontades e desejos humanos que adquirem o papel de força propulsora e operativa da sociedade, coordenando a reprodução sistêmica, integração e a estratificação sociais, além da própria formação de indivíduos. Além disso, o consumismo também passa a desempenhar um papel importante nos processos de auto identificação individual e de grupo e na seleção e execução de políticas de vida individuais⁴⁸.

⁴⁷ LIPOVETSKY, op. cit., p. 171.

⁴⁸ BAUMAN, op. cit., p. 41.

Assim, é possível observar que o consumismo tem como premissa básica nesta sociedade uma satisfação imediata para uma vida melhor. O consumo desenfreado de bens é, nestes termos, apenas decorrência lógica do sistema para atingir uma dita “felicidade” - somente momentânea. O consumismo passa a ser peça chave de uma vida onde os desejos e as necessidades são satisfeitas.

Concomitantemente, uma nova hierarquia de valores ou objetivos vira padrão desta sociedade. Carvalho alerta que

O consumo é realizado não apenas por uma necessidade imediata, mas pelo contentamento provocada pela massificação das publicidades veiculadas pelos canais de comunicação social que generalizam as informações e estimulam as compras. Não possuir o objeto de desejo desencadeiam reações furtivas que resultam em pensamentos e sentimentos incomuns, incontroláveis e utópicos. Muitas vezes são atalhos irracionais ocasionados por vulnerabilidade e limitações cognitivas, cuja facilidade para adquirir um bem na economia cada vez mais globalizada resulta no consumo extrapolado e assume dimensões impulsionadas por novas tendências de produtos no mercado⁴⁹.

O autor ainda registra que

A cultura consumista é marcada por constantes pressões de qualidade que exigem a aquisição de mercadorias luxuosas e requintadas. A mais valia tornou, na contemporaneidade, sinônimo de acúmulo de riquezas e prestígio. O novo padrão de comportamento assumido pelos indivíduos resultou no (hiper) consumismo desenfreado⁵⁰.

Assim, se está diante do que Bauman conceitua como a

passagem do consumo ao “consumismo”, quando aquele [...] tornou-se especialmente importante, se não central, para a vida da maioria das pessoas, o verdadeiro propósito da existência. E quando nossa capacidade de ‘querer’, ‘desejar’, ‘ansiar por’ e particularmente de experimentar tais emoções repetidas vezes de fato passou a sustentar a economia do convívio humano⁵¹.

A aceleração da produtividade e o conseqüente aumento da oferta necessitaram, para sua concretização, de consumidores mais agressivos, ou seja, um aumento de demanda considerável, o que foi exercido pelo consumismo. Neste contexto, estratégias de marketing ferozes foram traçadas e executadas. O consumidor, que antes perseguia bens duráveis, agora tem imposto contra si novas

⁴⁹ CARVALHO, Diógenes Faria de. **Consumo e (super) endividamento: vulnerabilidade e escolhas intertemporais**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Faculdade de Psicologia. Goiânia, 2015, p. 16.

⁵⁰ Idem, p. 16.

⁵¹ BAUMAN, op. cit., p. 38-39.

vontades. A produção passa a determinar as necessidades e os desejos dos consumidores. A ideia de uma autonomia da vontade livre e independente construída com as revoluções burguesas para que as pessoas estabelecessem relações jurídicas visando interesses particulares vai perdendo força. Os contratos de massa ganham volume e imperam na sociedade. O poder de escolha, prevista pelo próprio ordenamento, de autorregulação, de estabelecer norma jurídica específica para o acordo também específico não possui mais espaço no mercado de consumo.

O consumo de necessidades impostas pelos fatores produtivos vira a realidade. Essas necessidades, chamadas por Debord de pseudonecessidades, são instrumentos artificiais criados para manter esta nova sociedade de consumo. O excesso de mercadoria gerados pelas forças produtivas precisa ser escoado, motivo pelo qual, cria-se um falso desejo nos consumidores onde “a força cumulativa de um artificial independente provoca por toda parte a falsificação da vida social”⁵².

Trata-se de um sistema de necessidades previamente imposto pelo sistema produtivista de uma economia crescimentista. Neste particular, para o sucesso do modelo, “há necessidade de tal ou tal objecto e a psique do consumidor reduz-se a simples vitrina ou catálogo”, fazendo com que tudo se explique diante da conclusão de que “as necessidades e o consumo constituem de facto uma extensão organizada das forças produtivas”⁵³.

Assim, não se pode afirmar que o consumidor possui a liberdade de escolha, mas sim um mero dever. O mercado é quem detém o poder de ditar as necessidades e, aqueles que não estiverem aptos a serem considerados consumidores, serão ignorados na sociedade de consumo. Não curiosamente Bauman aponta que estes consumidores “falhos”, largados às margens da sociedade, resultam em um aumento da criminalidade, visto que as novidades lançadas no mercado atingem tanto aqueles que podem adquirir, como aqueles que estão impedidos de consumir⁵⁴.

⁵² DEBORD, op. cit., p. 45-46.

⁵³ BAUDRILLARD, Jean. op. cit., p. 85-88.

⁵⁴ BAUMAN, op. cit., 164-165.

3 O DIREITO DO CONSUMIDOR COMO UM DIREITO FUNDAMENTAL E A PROTEÇÃO DE SUAS VULNERABILIDADES NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

3.1 A necessária proteção do consumidor em uma era de consumo globalizado

Como visto, a sociedade de consumo é caracterizada pelo excesso e abundância de mercadorias e pelo contínuo estímulo ao consumo⁵⁵. Nesse cenário, os indivíduos passam a ser constantemente impulsionados a consumir produtos que, não raro, são desnecessários, mas passam a exercer papel fundamental em suas vidas como motivação e essência de seus seres⁵⁶. Na prática, o que ocorre é que o consumo torna-se “uma obrigatoriedade e uma função do cidadão [...], sob pena de desumanização do sujeito”⁵⁷.

Dentro deste contexto, se na Idade Média os contratos existentes à época diziam respeito a uma negociação direta entre as partes, que conseguiam ajustar suas vontades em torno de um objeto específico, a industrialização mudou sobremaneira este panorama. O aumento do número de bens produzidos, resultado direto da revolução industrial e do avanço dos modelos da cadeia produtiva como o fordismo e o taylorismo, propiciaram o surgimento do consumo de massas.

É neste ponto que, paralelamente, o fenômeno de massificação de relações contratutais também ganha força. Cuida-se da troca de contratos de “trabalho” individuais e singulares para aquisição de bens para um modelo de sinalagmas que hoje são conhecidos como de “consumo”, cuja característica principal é sua genericidade, com cláusulas “*standards*” aplicáveis a todos de igual maneira.

Neste sentido, a existência da massificação dos contratos implicou ao antigo sistema contratualista sua inviabilidade. A confiança existente entre as partes

⁵⁵ McKENDRICK, Neil. **The Consumer Revolution of Eighteenth-Century England**. In: McKENDRICK, Neil; BREWER, John; PLUMB, J. H. (Eds.). *The Commercialization of Eighteenth Century England*. Bloomington: Indiana University Press, 1982. p. 9-33.

⁵⁶ PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; BOSSARDI, Rafaela Beal. **Relações de consumo ou o consumo de relações: as relações afetivas na contemporaneidade**. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Orgs.). *Relações de consumo: humanismo*. Caxias do Sul: Educs, 2011. p. 117

⁵⁷ Idem, p. 107.

contratuais que eram facilmente identificáveis não mais ocorria, passando a relação de confiabilidade atrelar-se fundamentalmente ao produto, sua qualidade e sua marca.

A partir disto, as categorias de consumidores e fornecedores passam a ser formuladas juridicamente e o desenvolvimento de um ramo específico para esta relação também começa a ganhar relevância, em especial no âmbito da proteção daqueles que adquiriam produtos. Isto, pois, segundo Marques⁵⁸, a produção em massa de produtos que quebraram a lógica de identificação de fabricantes e comerciantes significou uma distância física com os consumidores.

Neste ínterim, a necessidade de escoamento de produtos decorrente da divisão internacional do trabalho, sobretudo nas últimas décadas, delegou aos países a necessidade quase imprescindível de unir-se em torno da redução de barreiras tarifárias que visavam a proteção da indústria doméstica, de modo a impulsionar o comércio internacional para a competição em um mundo globalizado.

Concomitantemente, os problemas inerentes a esta conjuntura de globalização, massificação do consumo e das relações de contrato, que trouxeram consigo o acesso ao consumo, a falta de informações seguras sobre produtos e desigualdades de ordem econômica e social, também ensejaram uma maior preocupação de natureza regulatória aos Estados⁵⁹.

Com efeito, se por um lado os consumidores passaram a contar com uma maior facilidade para adquirir bens de qualquer parte do globo, os problemas oriundos desta acessibilidade os atingiram proporcionalmente, demonstrando sua fragilidade na relação consumerista⁶⁰.

É este o quadro que consistiu, para Sodré, no berço para a busca de melhorias jurídicas e legislativas para as relações de consumo⁶¹.

O pós Segunda Guerra Mundial, que coincide com a segunda grande fase do consumo de massa descrita por Lipovstky e analisada anteriormente neste trabalho, ficou notoriamente conhecida por consituições e legislações, nos países centrais,

⁵⁸ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 89.

⁵⁹ TEIXEIRA, Sálvio de Figueiredo. **A proteção ao consumidor no sistema jurídico brasileiro**. Revista de Direito do Consumidor. V. 60. São Paulo: Ed. RT, out./set. 2006. p. 9.

⁶⁰ MARQUES, Cláudia Lima. **A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil: primeiras observações sobre contratos à distância no comércio eletrônico**. Revista de Direito do Consumidor, vol 41, p. 65.

⁶¹ SODRÉ, Marcelo Gomes. **A construção do Direito do Consumidor: um estudo sobre as origens das leis principiológicas de defesa do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2009. p. 9-25.

que privilegiaram o Estado de Bem-Estar Social (“*Welfare State*”), razão pela qual as primeiras regulamentações jurídicas destas relações surgiram naquelas regiões.

Não obstante o *Sherman Antitrust Act* de 1890 tenha sido a primeira grande manifestação moderna sobre a necessária proteção ao consumidor⁶², assim como algumas legislações esparsas ao redor do mundo, apenas em 1962, com a mensagem do Presidente Norte Americano John Fitzgerald Kennedy ao Congresso dos Estados Unidos da América, conhecida como “Declaração dos Direitos Essenciais do Consumidor”, no qual o mandatário elencou a existência de quatro direitos básicos aos consumidores estadunidenses, quais sejam, o direito à segurança, o direito de ser informado, o direito de escolher e o direito de ser ouvido, o que é, para muitos, o momento em que o “direito do consumidor” passa a ser efetivamente reconhecido e a ideia de uma tutela para si consolidada.

Neste particular, para Marques, o discurso do presidente Kennedy na década de 1960 emerge como um desafio ao próprio mercado interno americano para adequação dos processos produtivos, significando o início de uma reflexão mais profunda que, posteriormente, culminaria em sua presença nas diretrizes da Organização das Nações Unidas⁶³.

A UE, já na década de 1970, também manifestou-se sobre o assunto pelo Conselho pelo Conselho da Europa, em 1973, e pela Comunidade Econômica Européia, em 1975, oportunidades em que foram lavradas Resoluções que estabeleciam formas de proteção ao consumidor, especialmente pela necessidade de informação sobre os produtos e serviços ofertados, com cuidado especial com o impacto da propaganda dos produtos nos consumidores⁶⁴.

3.2 O direito do consumidor como um direito humano de nova geração

A delimitação do que se entende por direitos fundamentais não é tarefa simples. Para se ter em mente, Cançado Trindade defende que a noção de direitos

⁶² ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. **Sherman Antitrust Act**, 02/07/1890. Disponível em: <<https://www.archives.gov/milestone-documents/sherman-anti-trust-act#:~:text=The%20Sherman%20Anti%2DTrust%20Act%20authorized%20the%20federal%20government%20to.foreign%20nations%22%20was%20declared%20illegal>>. Acesso em: 15/09/2022.

⁶³ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 9. ed. (5. ed. do e-book) São Paulo: Revista dos Tribunais, Thomson Reuters Brasil, 2021, p. 56.

⁶⁴ DE LUCCA, Newton. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Quartier Latin, 2003, p. 46.

humanos remonta a própria história das civilizações e visa “afirmar a dignidade da pessoa humana, lutar contra todas as formas de dominação, exclusão e opressão, em prol da salvaguarda contra o despotismo e a arbitrariedade, e na asserção da participação na vida comunitária e do princípio da legitimidade”⁶⁵.

O referido autor discorre que o reconhecimento de direitos básicos e inerentes a todos seres humanos possui o condão de gerar padrões mínimos e univerasais de condutas de respeito aos indivíduos, observando-se, de igual forma, os deveres que desta noção surgem⁶⁶.

Com compreensão complementar, Sarlet afirma que os direitos fundamentais representam “resultado da personalização e positivação constitucional de determinados valores básicos”, ao passo que simbolizam o núcleo fundamental de determinado ordenamento jurídico, que evidentemente se liga ao princípio norteador da dignidade humana⁶⁷.

Em conclusão análoga, Mateus constata que ao dizer que determinado direito é fundamental, está a se reconhecer que ele, sob o ponto de vista da formalidade, foi expressamente previsto na ordem normativa por sua essencialidade a todo sistema jurídico, enquanto sob uma ótica de materialidade, refere-se a ser um direito basilar que está presente em elementos nucleares do texto constitucional e em questões afetas a própria constituição do Estado e da sociedade⁶⁸.

Todavia, é preciso diferenciar-se, em um primeiro momento, direitos humanos e direitos fundamentais, por que, ainda que sejam conceitos que se aproximam e coincidam em determinados pontos, são, na verdade, diferentes, especialmente ao considerar-se que a proteção do consumidor, para além de seu enquadramento como um direito fundamental, também pode ser analisada por uma perspectiva de um direito humano.

Posto isto, é possível inferir-se que os direitos humanos são reconhecidos em um plano internacional, inclusive sendo positivados neste campo, e, por serem considerados inerentes aos seres humanos, restam caracterizados por sua universalidade para além das fronteiras nacionais de cada Estado nação,

⁶⁵ TRINDADE, Antônio Augusto Cançado. **Tratado de direito internacional dos direitos humanos**. Porto Alegre: S. A. Fabris, 1997. v. 1, p.17.

⁶⁶ Idem, p. 17.

⁶⁷ SARLET, Ingo Wolfgang. **A eficácia dos direitos fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional**. 10. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2011. p. 61.

⁶⁸ MATEUS, Cibele Gralha. **Direitos fundamentais sociais e relações privadas: o caso do direito à saúde na Constituição Brasileira de 1988**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008. p. 19-25.

independente do texto constitucional de cada território⁶⁹. Noutra direção oposta, os direitos fundamentais possuem sua eficácia restringida aos limites de cada Estado, que os positivam e os reconhecem por meio do texto constitucional. Nas palavras de Comparato, os direitos fundamentais são “os direitos humanos reconhecidos como tais pelas autoridades às quais se atribui o poder político de editar normas [...]; são os direitos humanos positivados nas Constituições, nas leis”⁷⁰.

Não por acaso, Santos conclui que os direitos humanos é categoria antecessora e legitimadora dos direitos fundamentais⁷¹.

Assim, verifica-se que a diferença essencial entre os termos queda-se na positivação de tais direitos, visto que os direitos humanos estão previstos no Direito Internacional, enquanto os direitos fundamentais são positivados internamente em cada Estado, que os definirá de acordo com a vontade política de determinado tempo. Sem embargos, pode-se dizer que a dignidade da pessoa humana é a base axiológica para ambos sistemas⁷².

Feitas tais considerações, é possível afirmar que, embora a história dos direitos humanos anteceda - e muito - a célebre Declaração Universal dos Direitos Humanos do ano de 1948, o processo de reconhecimento destas garantias individuais e coletivas, imanentes a todos, não se deu de forma simplificada e contínua.

Isto porque o mundo enfrentou inúmeros retrocessos no que se diz respeito à efetivação dos direitos humanos, mesmo após a redação de múltiplos documentos defensores da proteção e busca pela efetivação de um direito humano, a exemplo da Magna Carta de 1215, da Petição de Direitos Inglesa de 1628, da Constituição dos Estados Unidos da América de 1787 e da Declaração Francesa dos Direitos do Homem e do Cidadão de 1789, bem como a Declaração dos direitos da mulher e da cidadã em 1791, como resposta pela luta de igualdade de gênero na França revolucionária, dentre outros.

⁶⁹ SARLET, op. cit., p. 29.

⁷⁰ COMPARATO, Fábio Konder. **A afirmação histórica dos Direitos Humanos**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2004. p. 58

⁷¹ SANTOS, Fernando Ferreira dos. **Direitos Fundamentais e democracia: o debate Habermas-Alexy**. Curitiba: Juruá, 2010. p. 140

⁷² GUERRA, Sidney; PESSANHA, Érica de Souza. **O núcleo fundamentador do Direito Constitucional brasileiro e do Direito Internacional dos Direitos Humanos: a dignidade da pessoa humana**. In: GUERRA, Sidney (Coord.) *Temas emergentes de Direitos Humanos*. Campos dos Goytacazes: Ed. Faculdade de Direito de Campos, 2006. p. 17.

Nesta toada, recorda-se que o mundo envolveu-se, entre as décadas de 1930 e 1940, em uma guerra sem precedentes. A Segunda Guerra retrata a consumação de atrocidades imensuráveis, através das quais foram completamente ignoradas as garantias individuais mais básicas de qualquer pessoa.

Em vistas disto, a Organização das Nações Unidas (ONU), através da supramencionada Declaração Universal dos Direitos Humanos, redige o primeiro documento que visa a proteção integral dos direitos humanos. Instituído princípios a serem seguidos por todos os povos e nações e concebendo os direitos humanos como universais, inalienáveis, indivisíveis, inter-relacionados e interdependentes, fundados sobre o respeito pela dignidade e o valor de cada pessoa, a ONU institui um projeto a ser colocado em prática tanto pelos governos quanto pelos indivíduos.

Assim, os direitos humanos tornam-se elementos básicos das instituições políticas e, em um mundo amplamente marcado pela teoria pós-positivista, que ganhou vida justamente no cenário internacional após a Segunda Guerra Mundial e teve seu marco histórico no cenário brasileiro com a redemocratização advinda da promulgação da Constituição Federal de 1988, com o Neoconstitucionalismo, foram seguidas ideias de revalorização constitucional por meio dos direitos fundamentais.

Nesta senda, Bonavides aponta, conforme exposto alhures, que os direitos fundamentais são aqueles positivados pela Constituição, à medida que receberam o mais elevado nível de garantias ou segurança, sobre quais cada Estado denifinará seus direitos fundamentais específicos⁷³. O autor, no entanto, indica que esta espécie de direitos sempre estará ligada a valores de liberdade e dignidade humana, levando-nos, assim, ao “significado de universalidade inerente a esses direitos como ideal da pessoa humana”⁷⁴.

No mesmo trilho, Canotilho concebe que a positivação formal de direitos fundamentais por uma Constituição, sobre os quais considera serem naturais e inalienáveis, é que subordina o direito, e, caso fosse ao contrário, seriam direitos meramente aspiracionais ou ideais, fundados “na qualidade de normas de ação moralmente justificadas”⁷⁵.

⁷³ BONAVIDES, Paulo. **Curso de direito constitucional**. São Paulo: Malheiros, 2000, p. 514-518.

⁷⁴ Idem, p. 514-518.

⁷⁵ CANOTILHO, J. J. Gomes. **Direito constitucional e teoria da constituição**. Coimbra: Almedina, 1998, p. 353-356.

Fato é que a “hegemonia dos direitos humanos como linguagem de dignidade humana é hoje incontestável”⁷⁶.

Neste contexto, muitos doutrinadores compreendem que os direitos fundamentais podem ser classificados em primeira, segunda, terceira e quarta gerações que vinculam-se aos princípios que regeram a revolução francesa - liberdade, igualdade e fraternidade -, a despeito do entendimento diverso de outros autores que julgam que estes direitos são complementares e cumulativos, não havendo substituições ou sucessões de qualquer ordem.

Em apertada síntese, os direitos de primeira geração representam os direitos e as garantias individuais civis, identificadas como os direitos políticos clássicos que objetivam cessar a interferência indevida do Estado na esfera privada dos particulares. Os direitos de segunda geração fogem da perspectiva liberal clássica e adentram o campo dos direitos sociais, econômicos e culturais frutos das lutas perpetradas ao longo do século XX. Trata-se de admitir a atitude proativa do Estado para garantir não somente a igualdade formal dos indivíduos, mas também sua igualdade sob o aspecto material. Já os direitos de terceira geração dizem respeito a fraternidade em relação a coletividade, isto é, de natureza coletiva ou difusa, visto que são traduzidos no direito à paz, ao meio ambiente equilibrado, à comunicação, à proteção do consumidor, dentre outros⁷⁷.

Autores como Bonavides ainda indicam a existência de direitos fundamentais de quarta geração no mundo globalizado em que vive-se atualmente, que envolveriam os direitos à democracia, à informação, ao pluralismo, os quais permitiriam, de fato, a legítima globalização política⁷⁸.

No entanto, Cançado Trindade expõe que não há como dividir os direitos fundamentais em determinadas categorias de direito por conta de sua natureza jurídica, vez que necessário que, para sua consolidação, devam ser integralmente previstos e abrangentes ao ponto que envolvam toda sua complexidade para que sejam civis, políticos, econômicos e culturais para a devida proteção dos seres humanos⁷⁹. O jurista mineiro relembra que o ponto sequer merece discussão, porquanto na 1ª Conferência Mundial dos Direitos Humanos, realizada em Teerã, em

⁷⁶ SANTOS, Boaventura de Sousa; CHAUI, Marilena. **Direitos humanos, democracia e desenvolvimento**. São Paulo: Cortez, 2014, p. 31.

⁷⁷ DE LUCCA, op. cit., p. 426.

⁷⁸ BONAVIDES, op cit., p. 524-526.

⁷⁹ TRINDADE, op cit., p. 23-24.

1968, restou assentado que para a realização em sua completude dos direitos civis e políticos seria impossível sem o gozo dos direitos econômicos, sociais e culturais⁸⁰.

A par do exposto até então, fica evidente a intelecção acerca da existência de um direito humano à proteção do consumidor, independentemente de sua positivação neste ou naquele texto constitucional.

Isto, pois, a própria ONU não ficou indiferente ao fenômeno do consumo em massa e do reconhecimento de um sujeito fragilizado nesta relação. Por meio da Resolução n. 39/248 de 10/04/1985, a Organização, após amadurecimentos oriundos da análise de textos normativos de países membros e das discussões que giravam em torno do assunto, foi possível construir diretrizes de proteção ao consumidor, estabelecendo um marco histórico de que este ramo seria um direito humano essencialmente de nova geração, centrado no princípio da igualdade material entre seus atores - fornecedores e consumidores.

A ideia de que a atuação estatal, via legislação de cunho protetivo, seria necessária para a proteção dos consumidores estava clara, deslocando-se a problemática da relação consumerista de uma questão meramente regionalizada aos países centrais, passando a serem discutidos também no mundo periférico, ao passo de que, no mundo globalizado, a produção de bens e serviços toca a todos, não olvidando-se de que isto ocorre de maneiras diversas a depender do grau de desenvolvimento de determinados países, além de outros fatores socioeconômicos.

Sobre o tema, Afonso afirma que

A Organização das Nações Unidas, nos idos de 1985, consolidou esse pensamento da defesa do consumidor tendo, por premissa a necessidade de maior equilíbrio numa relação, que, desde o nascedouro, já se mostra desequilibrada. É nos direitos humanos que se busca a ideia dessa proteção, como direitos de terceira geração, assim definidos como aqueles pertencentes à coletividade indeterminada de pessoas. Consolidou-se a ideia de que se trata de um direito humano de nova geração (ou dimensão), um direito social e econômico, um direito de igualdade material do mais fraco, do leigo, do cidadão civil nas suas relações privadas frente aos profissionais, os empresários, as empresas, os fornecedores de produtos e serviços, que nesta posição são “experts”, parceiros considerados “fortes” ou em posição de poder (Machtposition)⁸¹.

⁸⁰ TRINDADE, op cit., p. 360.

⁸¹ AFONSO, Luiz Fernando. **Uma reflexão hermenêutica da defesa do consumidor: a interpretação das relações de consumo como instituto da pós-modernidade e da sociedade de risco**. Revista de Direito Privado. vol. 47. p. 505 e ss. São Paulo: Revista dos Tribunais, julho de 2011, p. 515.

Para além disso, a proteção do consumidor também é necessária sob o prisma de que o ato de consumir, consoante já exposto, é inerente a todos os seres humanos e remete-se ao longínquo início das civilizações. Trata-se de uma prática comum a toda sociedade mundial que coresponde, por corolário, a própria sobrevivência dos seres humanos, mormente na sociedade de consumo em que estamos inseridos.

Em sentido semelhante, Almeida alerta que

O consumo é parte indissociável do cotidiano do ser humano. É verdadeira a afirmação de que todos nós somos consumidores. Independentemente da classe social e da faixa de renda, consumimos desde o nascimento e em todos os períodos de nossa existência. Por motivos variados, que vão desde a necessidade de sobrevivência até o consumo por simples desejo, o consumo pelo consumo⁸².

Não suficiente, o próprio sistema capitalista desenvolveu-se para criar a necessidade de consumo desenfreado, a fim de moldar aos indivíduos um padrão de comportamento que, ao cabo, implica que todo ser humano necessita estabelecer relações jurídicas com inúmeros fornecedores, para ter acesso a bens e serviços⁸³. Veja-se que muitos destes serviços enquadram-se em necessidades básicas de subsistência dos seres humanos, os quais somente são acessados mediante entrada no mercado de consumo.

Neste diapasão, como bem assinala Pasqualotto, “o direito do consumidor não é secundário na ciência jurídica. Ao contrário, lida com o essencial da vida humana”⁸⁴. Assim, a própria dignidade da pessoa humana está vinculada ao ato de consumir, sendo, portanto, uma premissa para sua efetivação. Ao considerar-se que o consumo é uma necessidade inerente aos seres humanos, há de se proteger a relação entre os consumidores e fornecedores como pressuposto lógico, visto a debilidade de uma das partes perante a outra. A proteção aos direitos do consumidor, neste viés, ganha o status de direito humano de nova geração.

⁸² ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2015. p. 1.

⁸³ PEREIRA; BOSSARDI, op. cit., p. 118.

⁸⁴ PASQUALOTTO, Adalberto. **Fundamentalidade e efetividade da Defesa do Consumidor**. Revista de Direitos Fundamentais e Justiça. Ano 3. n. 9. Porto Alegre: HS Editora, out./dez. 2009. p. 69.

3.3 Tutela constitucional ao direito do consumidor

Feito este breve panorama acerca da evolução da preocupação mundial com a proteção dos direitos do consumidor e sua consideração como um direito humano de nova geração, cabe adentrar ao tratamento conferido a este tema no Brasil, pela CF de 1988, sobretudo quanto ao status de direito fundamental reservado ao assunto.

Como já esclarecido, o pós-positivismo que marca o período posterior à Segunda Guerra Mundial trouxe consigo a valorização da pessoa humana e o princípio da dignidade da pessoa humana, onde diversos textos constitucionais passaram a estabelecer seus direitos tidos como fundamentais. O Brasil da redemocratização não escapa desta perspectiva e, da mesma forma, assim o fez em 1988, quando o constituinte originário estabeleceu uma extensa lista de direitos com esta rubrica.

No ordenamento jurídico pátrio, o direito do consumidor foi especificado como a “defesa do consumidor” no texto da CF como um direito fundamental, conforme dispões o artigo 5º, inciso XXXII, a qual foi formulado sob a influência das construções feitas que culminaram na Resolução da ONU de 1985:

Art. 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...]
XXXII – O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

Por isso têm-se como inconteste que, em razão da previsão da defesa do consumidor estar inserida no artigo da CF que trata dos direitos e garantias fundamentais - individuais e coletivas - a proteção do consumidor seja um direito fundamental do mais elevado nível axiológico⁸⁵.

Corroborando esta conclusão, Benjamin esclarece que, “efetivamente, no Brasil de hoje, a proteção do consumidor é um valor constitucionalmente fundamental (Wertsystem), é um direito fundamental⁸⁶”. Marinoni também indica que não restam dúvidas que o direito do consumidor é recepcionado pela CF como um direito fundamental⁸⁷. Arrematando, ainda pode-se citar Miragem, quem entende que

⁸⁵ ALMEIDA, op. cit., p. 4.

⁸⁶ BENJAMIN, op. cit., p. 30.

⁸⁷ MARINONI, Luiz Guilherme. **A Conformação do Processo e o Controle Jurisdicional a partir do Dever Estatal de Proteção do Consumidor**. In: SAMPAIO, Aurisvaldo; CHAVES, Cristiano

“o direito do consumidor, enquanto direito subjetivo, tem sede constitucional e caracteriza-se ontologicamente como direito humano fundamental⁸⁸”.

Não suficiente, a previsão acerca da necessidade de proteção do consumidor ainda está presente como um princípio que deve nortear a ordem econômica do país, nos termos do art. 170, IV, da CF, *in verbis*:

Art. 170. 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;

Deste norte, verifica-se que, seguindo a tendência mundial, a defesa do consumidor no texto constitucional não somente limitou-se a ser tratada como mera defesa contra arbítrios porventura realizados em face do consumidor, mas também de elevá-lo como um objetivo e instrumento para a ordem econômica, que terá, para Afonso, basear-se na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, de modo a assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os princípios da defesa do consumidor⁸⁹.

Assim, ao dispor deste tratamento a defesa dos consumidores, optou o constituinte originário a prestar maior efetividade com a previsão constitucional, em vistas da solidez e garantias inerentes à consagração de direitos fundamentais em uma ordem normativa. Sob este aspecto, passa, então, a ser uma obrigação positiva imposta ao Estado que busque efetivamente a proteção necessária aos consumidores, característica dos direitos de terceira geração.

Por conseguinte, ao prever expressamente a defesa do consumidor como um direito fundamental na redação constitucional, torna-se possível que o Estado imponha restrições à autonomia privada das partes, desde que para garantir a equidade na relação jurídica que, sabidamente, é tida como desequilibrada.

Neste contexto, a previsão constitucional é capaz de definir, propriamente, o direito do consumidor na ordem jurídica brasileira, conforme leciona Benjamin, que caracteriza este ramo do direito como um triplo mandamento constitucional:

(Coords.). Estudos de Direito do Consumidor: tutela coletiva (homenagem aos 20 anos da lei da ação civil pública). Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005. p. 362.

⁸⁸ MIRAGEM, Bruno. **O Direito do Consumidor como Direito Fundamental**. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. (Orgs.). Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor. Vol. II. São Paulo: Ed. RT, 2010. p. 48.

⁸⁹ AFONSO, op. cit., p. 516.

- 1) de promover a defesa dos consumidores (art. 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988) [...]
- 2) de observar e assegurar como princípio geral da atividade econômica, como princípio imperativo da ordem econômica constitucional, a necessária 'defesa' do sujeito de direitos 'consumidor' (art. 170, da Constituição Federal de 1988) [...]
- 3) de sistematizar e ordenar essa tutela especial infraconstitucionalmente através de um Código (microcodificação). Que reúna e organize as normas tutelares, de direito privado e público, com base na ideia de proteção do sujeito de direitos (e não da relação de consumo ou do mercado de consumo⁹⁰.

Não restam dúvidas, portanto, que a Constituição Federal de 1988 é a garantia expressa, ao menos institucional, que assegura a existência e a efetividade de uma legislação de defesa dos consumidores.

Neste particular, destaca-se que a proteção do consumidor é facilmente reconhecível tanto no aspecto fomal quanto no material. Como explicitado acima, é formalmente reconhecida a partir das inequívocas previsões constitucionais ao seu respeito, enquanto materialmente é caracterizada, segundo Miragem, pelo vínculo entre a dignidade da pessoa humana e a consequente defesa do consumidor, vez que este sujeito busca satisfazer necessidades básicas da subsistência humana por meio do ato de consumir⁹¹. Anota-se que ao consagrar a livre iniciativa por meio do art. 1º, IV, da CF, o constituinte já estava assumindo o compromisso inerente da proteção do consumidor, à medida que uma sociedade capitalista pautada pela livre iniciativa significa, indubitavelmente, na conduta do consumo a todo momento⁹².

Para além disso, por meio do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, previu-se a organização de um Código especial de proteção deste sujeito de direitos fundamentais, separando as relações de consumo do *Códex* privado já existente. Trata-se de um sistema *sui generis* de dois códigos apartados, autônomos e compatíveis entre si, embora admita-se a subsidiariedade, semelhante ao modelo francês, em que existem normas e cláusulas gerais especiais mais fortes para a proteção do consumidor, o qual é presumido como vulnerável, similarmente ao modelo alemão, com protagonismo constitucional da lei especial em detrimento do *digesto* privatista para as relações entre consumidores e fornecedores, categorias de sujeitos que não foram incorporadas ao Código Civil de 2002, dissoando do modelo alemão, assim como sua imposição constitucional é de

⁹⁰ BENJAMIN, op. cit., p. 31.

⁹¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2010. p. 40-44.

⁹² FEUZ, Paulo Sérgio. **Direito do Consumidor nos contratos de turismo: código de defesa do consumidor aplicado ao turismo**. Bauru: Edipro, 2003. p. 20.

defesa específica deste indivíduos vulneráveis e não das relações de consumo que envolvem o mercado, conforme prevê o modelo francês⁹³.

Nestes termos, em 11 de setembro de 1990, a Lei n. 8.078/1990 foi promulgada no Diário Oficial da União e o Código de Defesa do Consumidor passava a entrar em vigor na ordem normativa brasileira.

3.4 A Lei 8.078/1990 e os mecanismos de defesa do consumidor ante suas vulnerabilidades

A Lei 8.079/1990 foi concebida formalmente como Código de Defesa do Consumidor, inclusive por expressa determinação constitucional, sendo um sistema de regras de direito logicamente unidas, compreendendo todos os princípios norteadores do que se entende por direito do consumidor, com seus conceitos fundamentais e todas as normas e cláusulas gerais para a sua interpretação e aplicação⁹⁴.

Nesse sentido, alertam Ada Pellegrini Grinover e Antonio Herman de Vasconcelos e Benjamin que

na tramitação do Código (no Congresso), o lobby dos empresários, notadamente o da construção civil, dos consórcios e dos supermercados, prevendo sua derrota nos plenários das duas Casas, buscou, por meio de uma manobra procedimental, impedir a votação do texto ainda naquela legislatura, sob o argumento de que, por se tratar de Código, necessário era respeitar um iter legislativo extremamente formal, o que, naquele caso, não tinha sido observado. A artimanha foi superada rapidamente com o contra-argumento de que aquilo que a Constituição chamava de Código assim não era. E, dessa forma, o Código foi votado com outra qualidade, transformando-se na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Mas, repita-se, não obstante a nova denominação, estamos, verdadeiramente, diante de um Código, seja pelo mandamento constitucional, seja pelo seu caráter sistemático. Tanto isso é certo que o Congresso Nacional sequer se deu o trabalho de extirpar do corpo legal as menções ao vocábulo Código – arts. 1º, 7º, 28, 37, 44, 51 etc⁹⁵.

⁹³ MARQUES, Cláudia Lima. **Superação das antinomias pelo diálogo das fontes: o modelo brasileiro de coexistência entre o Código de defesa do consumidor e o Código civil de 2002**. Revista da Esmese, Aracaju, n. 7, 2004, p. 53-54.

⁹⁴ CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor / Sergio Cavalieri Filho**. – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 2019, p. 24.

⁹⁵ GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN. Antonio Herman de Vasconcelos e. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 8. ed., Forense Universitária, 2006, p. 9.

Não bastasse, o Código Consumerista em seu artigo 1º já aponta seu campo de incidência: trata-se de norma de ordem pública e de interesse social, conforme determinação constitucional feita ao Estado no sentido de promover a defesa do consumidor na forma da lei, imperativo estabelecido entre os direitos e garantias fundamentais⁹⁶.

Em sendo normas de ordem pública, a normativa presente no CDC é , portanto, cogente, imperativa, inderrogável, indispensável e de observância necessária. Isto é, as partes não podem modificar o conteúdo nelas previsto e tampouco pode o juiz deixar de aplicá-las de ofício.

Conforme leciona Alvim, as normas de ordem pública, “em função de sua inerente cogência, incidirão até mesmo e apesar da vontade contrária dos interessados”⁹⁷.

A seu turno, normas de interesse social caracterizam-se por regularem uma relação social marcada pela desigualdade, transcendendo o interesse particular. Para Cavalieri Filho, cuidam-se de normas que interessam mais diretamente à sociedade que aos indivíduos privados⁹⁸.

Em resumo, as normas presentes no CDC não são suscetíveis de derrogação por magistrados ou pelas partes, devendo atentar-se ao interesse público nelas existentes. Para isso, há de se observar a relação jurídica que está em torno de sua aplicação. O microsistema existente no digesto consumerista se aplicará, rigorosamente, às relações de consumo.

Neste passo, a relação de consumo se configura mediante comercialização de produtos e serviços, os quais podem ser descritos conforme estabelecem os §§ 1º e 2º, do art. 3º, do CDC, *in verbis*:

Art. 3º. [...]

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º 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.

⁹⁶ CAVILIERI FILHO, op. cit., p. 25.

⁹⁷ ALVIM, Teresa de Arruda. **Código do Consumidor comentado**, 2. ed., São Paulo, Revista dos Tribunais, 1995, p. 16

⁹⁸ CAVILIERI FILHO, op. cit., p. 26.

Somado a isto, têm-se que a releção de consumo também é desenvolvida por dois sujeitos movidos por interesses divergentes, os consumidores e os fornecedores.

O conceito de consumidor está previsto no artigo 2º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor, definindo-o como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Para além desta definição, o CDC também estabelece hipóteses de equiparações em seus arts. 17 e 29:

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

[...]

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

Ao mesmo tempo, a definição de consumidor não comporta somente uma definição meramente individual, à medida que no parágrafo primeiro do referido dispositivo legal, igualmente equiparam-se “a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”. Nessa toada, verifica-se que os interesses dos consumidores ensejam a proteção coletiva e difusa.

A discussão acerca do conceito de consumidor ainda comporta divergências doutrinárias. Daí partem as teorias minimalista e maximalista, que levam até a teoria finalista mitigada ou aprofundada, a qual é a mais aceita e amplamente assentada nas Cortes Superiores.

Traçando breve síntese, a teoria minimalista é aquela que considera o consumidor, segundo Silva,

quem adquire no mercado de consumo o produto ou serviço; aquele em razão de quem é interrompida a cadeia de produção e circulação de certos bens e serviços, para usufruir ele mesmo, ou terceiro a quem os ceda, das respectivas funções, de modo não profissional (destinatário final econômico)⁹⁹

Assim, o destinatário final seria apenas o indivíduo que retira o produto do mercado de consumo para uso próprio ou de sua família e não profissional, sendo que, se o produto eventualmente retornar ao mercado de alguma forma, não se

⁹⁹ SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Código de Defesa do Consumidor Anotado e Legislação Complementar**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 8.

estará diante de uma relação de consumo, o que o torna destinatário fático ou econômico¹⁰⁰.

Contudo, Marques tece críticas sobre a abordagem da teoria, vez que

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 da sociedade que é mais vulnerável. Consideram que, restringindo o campo de aplicação do CDC àqueles que necessitam de proteção, ficará assegurado um nível mais alto de proteção para estes, pois a jurisprudência será construída sobre casos em que o consumidor era realmente a parte mais fraca da relação de consumo, e não sobre casos em que profissionais-consumidores reclamam mais benesses do que o direito comercial já lhes concede¹⁰¹.

Em direção completamente oposta, a teoria maximalista entende que todos envolvidos na relação de consumir são albergados pela legislação consumerista, em verdadeira interpretação literal¹⁰².

Nas lições de Silva, segundo a mencionada teoria,

Consumidor é quem adquire no mercado de consumo o produto ou serviço; aquele em razão de quem é interrompida a cadeia de produção e circulação de certos bens e serviços, para usufruir ele mesmo, ou terceiro a quem os ceda, das respectivas funções – ainda que esses bens e serviços possam ser empregados, indiretamente, no exercício de sua empresa ou profissão, isto é, ainda que venham a ser interligados, acessoriamente, à sua atividade produtiva ou profissional, coletiva ou individual, voltada ou não para o lucro (destinatário final fático)¹⁰³.

Com efeito, a teoria intermediária vem sendo mais aceita pela jurisprudência brasileira. A teoria finalista mitigada, que envolve uma mescla das teorias anteriores, possui ampla força perante a doutrina e a justiça pátria. A seu respeito, Marques anota que

A partir de 2003, com a entrada em vigor do CC/2002, parece estar aparecendo uma terceira teoria, subdivisão da primeira – que aqui passo a denominar de “finalismo aprofundado” – na jurisprudência, em especial do STJ, demonstrando ao mesmo tempo extremo domínio da interpretação finalista e do CDC, mas com razoabilidade e prudência interpretando a expressão “destinatário final” do art. 2º do CDC de forma diferenciada e mista¹⁰⁴.

¹⁰⁰ NEVES, José Roberto de Castro. **O Código do Consumidor e as Cláusulas Penais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2006, p. 103.

¹⁰¹ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: RT, 2006, p. 304.

¹⁰² NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. **Código de Defesa do Consumidor Interpretado**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008, p. 14.

¹⁰³ SILVA, op. cit., p. 8.

¹⁰⁴ MARQUES, op. cit., p. 305.

A aferição para aplicabilidade desta teoria perpassa pela análise do consumidor final imediato e de sua vulnerabilidade na relação consumerista. A aplicação de tal teoria permite que empresas pequenas que utilizam produtos ou serviços para a sua produção, mas não em sua área de atuação ou com uma utilização mista, mediante prova de sua vulnerabilidade, pode-se concluir pela destinação final de consumo prevalente¹⁰⁵.

Arrematando este entendimento, Miragem pontua que para conceituar-se consumidor, nesta teoria, parte-se de dois elementos: “a) a aplicação do princípio da vulnerabilidade e b) a destinação econômica não profissional do produto ou serviço”¹⁰⁶.

Fato é que a definição de consumidor, para o Código de Defesa do Consumidor, sempre estará inserido uma situação relacional, porquanto haverá a figura do consumidor quando houver a do fornecedor.

Nesse ínterim, o conceito de fornecedor está previsto no art. 3º do CDC, o qual transcreve-se:

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.

De partida, denota-se que inexistente distinção quanto ao regime jurídico, natureza ou nacionalidade deste fornecedor, sendo correto indicar que consideram-se fornecedores todos aqueles presentes na cadeia de fornecimento/consumo, de modo a permitir definir a extensão de seus deveres jurídicos, sobretudo em matéria de responsabilidade civil¹⁰⁷.

Em suma, nas palavras de Coelho,

a relação de consumo, tal como se pode concluir as definições contidas nos arts. 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor, configura o objeto da legislação protecionista do consumidor. Se o ato jurídico envolver, de um lado, a pessoa que pode chamar de consumidora e, de outro, alguém que se pode ter por fornecedor, então o regime de disciplina do referido ato se encontra no Código de Defesa do Consumidor¹⁰⁸.

¹⁰⁵ BENJAMIN; MARQUES; BESSA, op. cit., p. 168.

¹⁰⁶ MIRAGEM, op. cit., p. 137.

¹⁰⁷ Ibidem, p. 157.

¹⁰⁸ COELHO, Fábio Ulhoa. **O empresário e os direitos do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1994, p. 43.

De outra vértice, o CDC também insculpiu em sua normativa princípios que devem reger as relações de consumo, visto o papel que desempenham no sistema em suas funções estruturante, interpretativa e de controle, influenciando a aplicação de todas as regras do microssistema desenvolvido.

Neste tocante, insta realizar-se uma análise, sucinta, acerca da problemática dos princípios jurídicos e a sua distinção ante as regras jurídicas.

O pós-positivismo jurídico representa a adequação do direito e de suas normas a não ser meramente pressupostos da vontade legislativa, tendo o que se entende por legalidade adquirido contornos maiores e mais globalizantes de uma relação de imprescindível congruência do conjunto do ordenamento jurídico - regras e princípios¹⁰⁹.

A partir disso, tomando como base a concepção adotada por Alexy, tem-se que a distinção deontológica promovida entre princípios e regras como espécies normativas é a base para a pretensão de uma teoria normativo-material de direitos fundamentais, sendo igualmente o início do exame das possibilidades e limites racionais no âmbito desses direitos, em especial quanto às suas restrições e colisões¹¹⁰.

Defende o referido autor, que ambas espécies de normas jurídicas, à medida que se utilizam de expressões e lógicas deônticas básicas do dever, da permissão e da proibição, constituem verdadeiro arcabouço para a aplicação do juízo do “dever ser” pretendido pelo direito, bem como para a resolução de problemas centrais da dogmática dos direitos fundamentais.

A diferença entre as espécies, contudo, não obedece a uma diferença de grau de generalidade ou abstração das normas, mas sim de ordem qualitativa. Isto se sucede, pois, as regras são compreendidas como mandados que serão ou não satisfeitos. Ou seja, se uma regra é vigente, deve-se ser cumprida definitivamente nos termos de sua exigência, contendo, portanto, determinações na esfera do que é fática e juridicamente possível. Por corolário lógico, os direitos previstos em regras são direitos definitivos. De outro modo, os princípios são entendidos como

¹⁰⁹ ALEXY, Robert. **Teoría de los derechos fundamentales**. Traducción de Ernesto Garzón Valdés. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1993, p. 132.

¹¹⁰ Ibidem, p. 133.

“mandamentos de otimização”, caracterizados por serem efetivados na maior medida possível, dentro das possibilidades jurídicas e reais existentes¹¹¹.

Por sua vez, José Cretella Júnior entende que os “princípios de uma ciência são as proposições básicas, fundamentais, típicas que condicionam todas as estruturas subsequentes [...] neste sentido, são os alicerces da ciência”¹¹².

Não se olvida, porém, a hipótese de conflitos entre regras e colisões entre princípios. Ao passo que as primeiras serão resolvidas por meio da subsunção, onde o caso concreto se enquadra à norma legal em abstrato, as segundas serão solucionadas pela exigência da ponderação e do sopesamento. Dessa forma, observa-se que os princípios apresentam obrigações que, *prima facie*, podem ser suprimidos por outros princípios em caso de colisão, não significando que exista a declaração de sua invalidade, enquanto as regras, por serem normas da lógica “tudo ou nada”, terão, nos casos de conflito, de introduzir uma cláusula de exceção ou declarar a invalidade de uma delas, sendo cumpridas em sua totalidade¹¹³.

Assim, considerando-se que as regras vigem e os princípios valem, a aplicação dos princípios pressupõe certa flexibilidade em relação aos resultados para cada caso concreto, considerando que os valores podem ser “pesados”, ou tomados, em maior ou menor consideração, sem que nenhum deles deixe de ser considerado¹¹⁴. Ou seja, em que pesem serem princípios, eles devem ser seguidos.

A par destas considerações, os princípios previstos no CDC regem todas as relações entre fornecedores e consumidores, seja na fase pré-contratual, contratual ou pós-contratual. Nota-se que muitos destes princípios decorrem diretamente dos direitos básicos do consumidor previstos nos arts. 6º e 7º do CDC, os quais transcrevem-se:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

¹¹¹ ALEXY, Robert. **Constitucionalismo discursivo**. Tradução de Luís Afonso Heck. 2.ed. rev. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008, p. 89.

¹¹² CRETELLA JÚNIOR, José. **Os cânones do direito administrativo**. Revista de Informação Legislativa, v. 97:7, 1988, p. 3.

¹¹³ ALEXY, op. cit., p. 101.

¹¹⁴ ALEXY, op. cit., p. 102.

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;

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

XI - a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas;

XII - a preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito;

XIII - a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso.

Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do caput deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento.

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.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

Neste cenário, Cavalieri Filho demonstra que toda e qualquer relação de consumo deve ser pautada pelos princípios da confiança e da informação; toda e

qualquer cláusula contratual terá que ser interpretada à luz do princípio da boa-fé; todo e qualquer fornecimento de produtos e serviços ao consumidor está subordinado ao princípio da segurança¹¹⁵.

Tais princípios atuam como mecanismos protetivos ao consumidor, ao passo de pautarem a relação de consumo e a aplicabilidade da normativa estebelecida no Códex, sendo inexorável o aprofundamento de alguns deles.

O princípio da boa-fé objetiva persegue um equilíbrio das posições contratuais das partes, não somente na seara econômica, mas também como standard de comportamento para as partes pautado em parâmetros de honestidade e lealdade, com escopo de obter-se o equilíbrio na relação consumerista¹¹⁶.

No entendimento de Wald sobre o princípio, tem-se que há

um conceito psicológico e um conceito ético de boa-fé. O primeiro se contenta com a ignorância, não se ocupando da culpa ou negligência de quem pratica o ato. [...] O conceito ético não se contenta com a ignorância, de modo que, agindo com culpa ou falta de cuidado grave, a pessoa age mal, não podendo alegar boa-fé¹¹⁷.

Acrescenta Theodoro Jr. que,

Além de prevalecer à intenção sobre a literalidade, compreende-se no princípio da boa fé a necessidade de compreender ou interpretar o contrato segundo os ditames da "lealdade e confiança" entre os contratantes, já que não se pode aceitar que um contratante tenha firmado o pacto de má fé visando locupletar-se injustamente à custa do prejuízo do outro¹¹⁸.

Bonatto, por sua vez, entende que o princípio está para além de um conceito jurídico, devendo sempre estar presente em todas relações em razão de que

boa-fé objetiva traduz a necessidade de que as condutas sociais estejam adequadas a padrões aceitáveis de procedimento que não induza a qualquer resultado danoso para o indivíduo, não sendo perquirido da existência de culpa ou de dolo, pois o relevante na abordagem do tema é a absoluta ausência de artifícios, atitudes comissivas ou omissivas, que possam alterar a justa e perfeita manifestação de vontade dos envolvidos em um negócio jurídico ou dos que sofram reflexos advindos de uma relação de consumo¹¹⁹.

¹¹⁵ CAVALIERI FILHO, op. cit., p. 80-81.

¹¹⁶ NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**, 6. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 177.

¹¹⁷ WALD Amoldo. **Curso de Direito Civil Brasileiro - vol. 11. Obrigações e Contratos**, São Paulo: RT, 1998, p. 187.

¹¹⁸ THEODORO JÚNIOR, Humberto. **O Contrato e seus Princípios**, Rio de Janeiro: AIDE Editora, 2001, p. 34.

¹¹⁹ BONATTO, Cláudio. **Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor: principiologia, conceitos, contratos**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001, p. 38.

Quanto ao princípio da transparência/informação, infere-se que seu intuito é que o consumidor possua informações claras, precisas e suficientes sobre o que está adquirindo no mercado de consumo, de maneira a ser adequado e satisfazer ao que se propõe. Nas lições de Nunes, “se traduz na obrigação do fornecedor de dar ao consumidor a oportunidade de conhecer os produtos e serviços que são oferecidos e, também, gerará no contrato a obrigação de propiciar-lhe o conhecimento prévio de seu conteúdo”¹²⁰.

Já o princípio do equilíbrio visa estabelecer direitos e deveres que possibilitem a equidade aos contratos de consumo. Este princípio faz uso de normas imperativas para proteção do consumidor a fim de coibir cláusulas abusivas que possam vir a trazer vantagens desproporcionais e excessivas aos fornecedores, ou que sejam incompatíveis com a boa-fé que deve reger os contratos consumeristas.

Para Miragem, o princípio tem como efeitos básicos a proteção da posição de vulnerabilidade do consumidor diante do mercado e para conferir o equilíbrio econômico do contrato¹²¹.

O princípio da confiança, a seu turno, objetiva “garantir ao comprador a adequação do produto e do serviço, evitando riscos e prejuízos quanto aos bens adquiridos, assegurando àquele a chance de ressarcimento em face da inexecução contratual”¹²².

Marques complementa e apresenta que o princípio, instituído pelo CDC, busca

garantir ao consumidor a adequação do produto e do serviço, para evitar riscos e prejuízos oriundos dos produtos e serviços, para assegurar o ressarcimento do consumidor, em caso de insolvência, de abuso, desvio da pessoa jurídica-fornecedora, para regular também alguns aspectos da inexecução contratual do próprio consumidor¹²³.

Citam-se, ainda, o princípio da responsabilidade objetiva (arts. 12 e 14 do CDC) e o princípio da inversão do ônus da prova (art. 6, VIII, do CDC), principais mecanismos processuais pelos quais a disparidade da relação consumerista é combatida.

Por fim, o princípio da vulnerabilidade, mais caro ao presente trabalho, na proporção de ser ele quem confere ao consumidor a caracterização de debilidade na

¹²⁰ NUNES, op. cit., p. 174.

¹²¹ MIRAGEM, op. cit., p. 129.

¹²² NUNES, op. cit., p. 586.

¹²³ MARQUES, op. cit., 981.

relação de consumo. É o meio pelo qual tenta-se evitar uma desigual ao consumidor, identificando-se a fraqueza de um dos sujeitos que integra a relação jurídica pautado em questões de determinadas condições ou qualidades que lhe são inerentes ou, ainda, em virtude de uma posição predominante de força característica do mercado¹²⁴.

Neste norte, Ragazzi concebe que “o princípio da vulnerabilidade do consumidor é o grande alicerce do microsistema, pois suas regras foram construídas com a finalidade de harmonizar as relações de consumo entre fornecedores e consumidores”¹²⁵.

Por corolário, está a se falar de uma presunção legal absoluta, ao par de que, sendo notória a relação de desigualdade no mercado de consumo, o reconhecimento desta situação pelo ordenamento jurídico é que o enseja a aplicação de regras especiais *ratione personae* ao sujeito mais débil¹²⁶.

Não à toa, Moraes indica que

vulnerabilidade, sob o enfoque jurídico, é, então, o princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade ou condição daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venham a ser ofendidos ou feridos na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte dos sujeitos mais potentes da mesma relação¹²⁷.

Em conclusão semelhante, Nunes aponta que

o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico. O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido¹²⁸.

Depreende-se, destarte, que o consumidor não dispõe do controle sobre os bens de produção e, conseqüentemente, submete-se ao “arbítrio” de poder de quem

¹²⁴ MIRAGEM, op. cit., p. 114.

¹²⁵ RAGAZZI, José Luiz. **Intervenção de terceiros e o Código de defesa do consumidor**. 2. ed. São Paulo. Editora Verbatim, 2010, p.151

¹²⁶ MIRAGEM, op. cit., p. 114.

¹²⁷ MORAES, Paulo Valério dal Pai Moraes. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade e nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, p.125

¹²⁸ NUNES, op. cit., p. 175-176.

os detém. Em resposta, a normativa brasileira para as relações de consumo criou mecanismos já citados para que a igualdade nesta relação fosse alcançada por meio do princípio da proteção do consumidor, o qual, ao cabo, deriva os princípios da responsabilidade objetiva e da inversão do ônus da prova.

Neste contexto, a vulnerabilidade do consumidor vem disposta no Código de Defesa do Consumidor, Lei n. 8.078/90, no seu artigo 4º, I, como um dos Princípios da Política Nacional de Relações de Consumo, tamanha sua importância.

Todavia, essencial anotar-se que vulnerabilidade não pode ser confundida com hipossuficiência, uma vez que o primeiro é um conceito de direito geral e material, enquanto o segundo é uma definição utilizada caso a caso e processualmente. Sobre o assunto, Bonatto, citando Arruda Alvim, Eduardo Arruda Alvim e James Marins, explica que

A vulnerabilidade do consumidor não se confunde com a hipossuficiência que é característica restrita aos consumidores que além de presumivelmente vulneráveis, vêm-se agravados nessa situação por sua individual condição de carência cultural, material ou como ocorre com frequência, ambas. Citando Antônio Herman Benjamin a vulnerabilidade é um traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educadores ou ignorantes, crédulos ou espertos. Já a hipossuficiência é marca pessoal, limitada a alguns - até mesmo a uma coletividade - mas nunca a todos os consumidores¹²⁹.

Ainda neste diapasão, constata-se que a vulnerabilidade pode ser classificada em espécies, quais sejam, técnica, jurídica, fática ou socioeconômica e informacional.

A vulnerabilidade técnica refere-se à ausência de conhecimentos específicos do consumidor em relação às características do produto ou serviço que está adquirindo, bem como dos mecanismos utilizados na cadeia produtiva, restando ao consumidor somente “a confiança, a boa-fé, no proceder honesto, leal do fornecedor, fato que lhe deixa sensivelmente exposto”¹³⁰.

A vulnerabilidade jurídica, por sua vez, reside na falta de informação do consumidor sobre seus direitos, inclusive a quem deva recorrer ou reclamar em caso de necessidade, bem como a falta de assistência jurídica, seja em juízo ou fora dele, o que leva, inevitavelmente, a dificuldade de acesso à justiça¹³¹.

¹²⁹ BONATTO, op. cit., p. 46.

¹³⁰ CAVALIERI FILHO, op. cit., p. 71.

¹³¹ Idem, p. 72.

Nessa via, no dizer de Cláudia Lima Marques, esta espécie representa “a falta de conhecimentos jurídicos específicos, conhecimentos de contabilidade ou de economia” do consumidor¹³². Soma-se, ainda, a superioridade jurídica dos fornecedores, tratados pela doutrina como litigantes habituais, em que empresas se estruturam com departamentos jurídicos capazes de levar vários conflitos à Justiça e prolongá-los, em detrimento aos consumidores, estando incluídos no orçamento do custo empresarial, torna-se evidente a disparidade e a vulnerabilidade do consumidor, com óbvios reflexos na postura das partes no momento de litigância.

Já a vulnerabilidade fática é mais perceptível, porquanto traduzida na evidente diferença entre a maior capacidade econômica e social dos fornecedores e a condição de hipossuficiência dos consumidores. Trata-se espécie ampla e genérica capaz de abranger diversas situações de reconhecimento da debilidade do consumidor, desde que as qualidades subjetivas comprovem sua subordinação estrutural em relação ao fornecedor¹³³.

Por derradeiro, a vulnerabilidade informacional diz respeito a comunicação, aparência e infomação prestadas em um mercado de consumo cada vez mais caracterizado por ser efêmero, visual e de risco. Nos comentários de Marques,

O que caracteriza o consumidor é justamente seu déficit informacional, pelo que não seria necessário aqui frisar este minus como uma espécie nova de vulnerabilidade, uma vez que já estaria englobada como espécie de vulnerabilidade técnica. Hoje, porém, a informação não falta, ela é abundante, manipulada, controlada e, quando fornecida, nos mais das vezes, desnecessária¹³⁴.

Não se olvida, ainda, que a vulnerabilidade pode ser agravada por questões de outra ordem, gerando o que a doutrina e a jurisprudência denominam de hipervulnerabilidade do consumidor. É uma espécie qualificada de vulnerabilidade que indica a situação de vulnerabilidade aprofundada de consumidores portadores de deficiência física, doenças específicas, precária situação econômica e idosos que, por isso, fazem-se merecedores de atendimento e informações especiais, justificando a intervenção mais ampla do Estado na proteção destes sujeitos¹³⁵.

¹³² MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014, p. 327.

¹³³ MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Cláudia Lima; MAGALHÃES, Lucia Ancona Lopez de. (Org.). **Direito do Consumidor: 30 anos do CDC**. 1ª. Ed. São Paulo: Forense, 2020, p. 237.

¹³⁴ MARQUES, op. cit., p. 329.

¹³⁵ CAVALIERI FILHO, op. cit., p. 73.

4 PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS: A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

4.1 Histórico e conceito da obsolescência programada

A sociedade de consumo atual estabelece estruturas com fim de fomentar a lógica do sistema capitalista global, de modo que a produção em larga escala e o consumismo atinjam limites cada vez mais exponenciais. A lógica empregada para tanto utiliza-se da difusão ideológica informacional em massa por meio da publicidade, do avanço tecnológico, do estímulo para adquirir novos bens e em técnicas especializadas que reduzem a durabilidade destes, com escopo de aumento do número de vendas e do lucro.

Trata-se de tendência observada ao longo da trajetória da sociedade de consumo, em que gradualmente se sucede a substituição do princípio da durabilidade pela descartabilidade¹³⁶.

O fenômeno de propositalmente reduzir a vida útil de bens com o intuito de torná-lo obsoleto, velho e inutilizável, fazendo com que o consumidor adquira, sem necessariamente precisar, de um novo produto, é conhecida como obsolescência programada.

Para o estadunidense Packard, a obsolescência programada ou planejada consiste no uso de técnicas para intencionalmente reduzir a vida útil dos produtos com o intuito de estimular o consumo repetitivo¹³⁷.

Em diferentes termos, Bulow compreende que a obsolescência programada refere-se tão somente à produção de bens não econômicos com uma vida útil curta, cujo intuito é de levar os consumidores a reiteradamente adquirirem o mesmo produto¹³⁸.

Neste contexto, segundo Slade, a expressão obsolescência foi inicialmente introduzida ao mundo por Justus George Frederick ao publicar um artigo na revista *Adversiting and Selling*, no final de 1928¹³⁹. À época, a obsolescência era tida como uma técnica de indução aos consumidores adentrarem um ciclo de aquisição e

¹³⁶ LIPOVETSKY, p. 356.

¹³⁷ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 49-50.

¹³⁸ BULOW, Jeremy. **An economic theory of planned obsolescence**. In Quarterly Journal of Economics, v. 101, n. 4, p. 729-749, 1986, p. 732.

¹³⁹ SLADE, Giles. **Made to break: technology and obsolescence in America**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2006, p. 58.

descarte contínuo, especialmente pelo momento vivenciado de produção em larga escala como nunca visto antes¹⁴⁰.

Com efeito, o primeiro grande caso de que se há registro da prática de obsolescência programada remete ao cartel formado por fabricantes europeus e norte-americanos de lâmpadas incandescentes, de maneira a diminuir o ciclo de vida do produto, fazendo com que o consumidor fosse obrigado a substituí-lo com mais frequência, não obstante seja cediço que naquele tempo a tecnologia existente já permitisse a produção de lâmpadas ainda mais duráveis que as já existentes¹⁴¹.

Entusiasmado com a nova técnica, London entendia que, diante da crise econômica vivenciada pelo Estados Unidos em 1929, a redução da vida útil poderia reaquecer a economia americana, ao passo de que, por serem produtos menos duráveis, o custo menor de produção também seria repassado ao mercado de consumo, impulsionando o consumo:

a tecnologia moderna aumentou a produtividade das empresas e consequentemente a qualidade dos produtos, dando uma vida útil maior. As pessoas, por estarem assustadas com a depressão, estavam usando tudo o que possuíam por mais tempo, com isso, prolongando ainda mais a crise. O governo deveria estipular um prazo de vida aos produtos na sua criação, e o consumidor, ao adquirir o bem, já saberia o prazo de vida, que segundo London, depois do tempo expirado, estas mercadorias estariam legalmente “mortas”¹⁴².

As ideias de London, no entanto, não foram colocadas em prática do modo como sugeria, à medida que entendidas como desleais por grande parte do mercado. Porém, na década de 1950, um ideário de obsolescência programada retornou com força através de

[...] uma substancial mudança qualitativa nas mãos de um afamado designer industrial norte-americano chamado Clifford Brooks Stevens. A proposta de Brooks Stevens diferia daquela do Phoebus e de London pela causa da obsolescência, que passava a residir não no produto em si ou na lei, mas na vontade do comprador. A síntese da sua teoria se resumia no “desejo do consumidor de ter algo um pouco mais novo, um pouco melhor, um pouco antes do que seria necessário”, inaugurando em grande medida o american way of life que tanto seduziu (e seduz, ainda) consumidores mundo afora¹⁴³.

¹⁴⁰ Idem, p. 59.

¹⁴¹ NEVES, Julio Gonzaga Andrade. **A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor**. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 23, I p., jan. 2013, p. 321.

¹⁴² CONCEIÇÃO, Joelma Teles Pacheco; CONCEIÇÃO, Márcio Magera; ARAÚJO, Paulo Sérgio Lopes de. **Obsolescência programada – Tecnologia a serviço do capital**. Revista INOVAE - Journal of Engineering and Technology Innovation. São Paulo: Inovae, v. 2, n. 1, jan./abr., 2014, p. 92.

¹⁴³ NEVES, op. cit., p. 325.

Neste cenário, constata-se a evolução do conceito meramente qualitativo da prática de obsolescência planejada, surgindo também novas espécies de obsolescência, sabidamente a de função, na qual ocorre a substituição precoce de um bem por outro de tecnologia mais avançada, e a de desejo, onde o apelo emocional para substituição de produtos é de extrema importância¹⁴⁴.

A evolução destas novas espécies de obsolescência planejada não foram desenvolvidas uma após a outra e sim de forma concomitante, sendo o reflexo do que Packard aponta como estratégias pelas quais a economia crescimentista se sustenta¹⁴⁵.

Fato é que, como regra geral, as relações de consumo contemporâneas já tem seus produtos marcados por uma estimativa de vida útil, que pode ser mais longa ou mais curta. Denota-se, entretanto, que a vida estimada de produtos cada vez mais está em declínio, ante a grande abundância de ofertas no mercado de consumo que precisam ser escoados para que a roda do sistema capitalista continue a girar. Por isto que os fornecedores já projetam seus produtos tendo em mente a necessidade de redução ou do estabelecimento de um pequeno ciclo de vida, para incutir a necessidade de substituição ao consumidor e, por consequência, movimentar o mercado.

À medida que consumidores se encontrem plenamente satisfeitos com produtos de fato duráveis, a lógica capitalista não poderia imperar. Assim, a solução encontrada foi a de precipitar novas aquisições por meio da obsolescência programada, onde artificialmente cria-se a “necessidade” ao consumidor de adquirir um produto previamente ao que se esperaria.

Com o desenvolvimento desta estratégia mercadológica, fundamentalmente por meio da publicidade feroz, verifica-se um efeito nos consumidores de “procura insaciável pelas novidades” que se devem, em parte, “à velocidade impressionante com que novos produtos surgem no mercado e são apresentados pela publicidade global”¹⁴⁶.

Em vistas disso que Cabral e Rodrigues descrevem que os “produtos tornarem-se rapidamente ultrapassados, seja pela necessidade do consumidor em

¹⁴⁴ PACKARD, op. cit., p. 62.

¹⁴⁵ MORAES, op. cit., p. 58.

¹⁴⁶ CONCEIÇÃO; CONCEIÇÃO; ARAÚJO, op. cit., p. 93.

comprar, seja em razão de as empresas programarem a vida útil dessas mercadorias para períodos cada vez mais curtos”¹⁴⁷.

Nestes apontamentos, Miragem percebe que a obsolescência programada é uma estratégia industrial e de mercado para reduzir o ciclo de vida útil dos produtos, permitindo sua substituição da maneira mais breve possível¹⁴⁸.

Sob um viés filosófico, Bauman vê o objetivo da obsolescência programada como uma estratégia para que novos produtos tornem os produtos anteriores obsoletos, fazendo com que o estado de excitação do consumidor com o novo seja contínua e direcionando-se a objetos atuais e renovados¹⁴⁹.

Em arremate, a prática da obsolescência programada está presente nas relações de consumo atuais, em constante aprimoramento, devendo ser compreendida como a “artificial precipitação do perecimento de um bem, ou da percepção de sua imprestabilidade pelo usuário, em benefício dos integrantes da cadeia produtiva”¹⁵⁰.

4.2 Espécies de obsolescência programada

Consoante exposto, três são as espécies de obsolescência programada são categorizadas por Packard em 1960, quais sejam, de função, de qualidade e desejabilidade, que possuem aplicabilidade pela indústria mercadológica de forma individual ou conjunta.

A obsolescência planejada de função, segundo Packard, se sucede no momento em que um determinado produto torna-se ultrapassado em decorrência do lançamento de outro com funcionalidades mais desenvolvidas, mas desempenhando as mesmas atividades de forma melhorada ou até mesmo com funções distintas, novas e mais avançadas¹⁵¹.

¹⁴⁷ CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor. Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor. Porto Alegre: Magister, v.7, n.42, dez. 2011/jan. 2012, p. 49.

¹⁴⁸ MIRAGEM, Bruno. **Consumo sustentável e desenvolvimento: por uma agenda comum do direito do consumidor e do direito ambiental**. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo. Curitiba: Bonijuris, v. 4, n. 13, mar. 2014, p.44.

¹⁴⁹ BAUMAN, Zygmunt. **Legisladores e intérpretes: sobre modernidade, pós-modernidade e intelectuais**. São Paulo: Paulus, 2010, p. 223-224.

¹⁵⁰ NEVES, op. cit., p. 323.

¹⁵¹ PACKARD, Vance. **The waste makers**. New York. Van Rees Press, 1960, p. 55.

O senso comum em torno desta espécie se atrela à ideia de que cuida-se de um progresso tecnológico infinito e por isso bem aceito. Sobre o tema, Packard entende ser uma modalidade louvável, na proporção que incrementa a qualidade de produtos, não obstante seja necessário atentar-se quanto a velocidade que as novas tecnologias são introduzidas pela indústria¹⁵².

Em acréscimo, imperioso ressaltar que, por vezes, a indústria já possui altos patamares de qualidade tecnologia e, mesmo assim, lança produtos no mercado de consumo com qualidade inferior, justamente para que posteriormente estas tecnologias de maior quilate, que vinham sendo aprimoradas, alcancem os consumidores como uma novidade. Esta estratégia mercadológica, para Moraes,

mostra-se extremamente pernicioso e abusiva, eis que não prima pelo direito do consumidor ter acesso a produtos de melhor qualidade, não observa a máxima ambiental da necessidade de utilização da melhor estratégia disponível, assim como não observa o princípio da sustentabilidade¹⁵³.

A obsolescência de qualidade, no que lhe toca, é identificada pela diminuição significativa e proposital do ciclo de vida de determinado bem, seja pelo uso de materiais de qualidade inferior ou por técnicas produtivas que diminuem sua durabilidade. Porém, determinar quanto seria este período de vida útil do produto, tornou-se tarefa fácil na contemporaneidade.

Para Cabral e Rodrigues, esta espécie se caracteriza quando “a mercadoria é programada para que se quebre ou se desgaste em um período curto, quando comparado ao que deveria durar”¹⁵⁴.

Em conclusão complementar, Neves demonstra que esta categoria de obsolescência

implica o perecimento precoce de um bem, seja do ponto de vista estrutural, seja ainda do ponto de vista comparativo-funcional. Sob este último viés, a imprestabilidade do bem se dá por meio do cotejo da aptidão do bem e de outros para a satisfação da mesma necessidade: o forno à lenha de 80 anos atrás pode ainda funcionar, porém é obsoleto porque sua função é mais bem desempenhada pelos fornos a gás ou de micro-ondas. A gradual introdução de inovações tecnológicas já disponíveis, de forma a simular

¹⁵² Idem, p. 55-56.

¹⁵³ MORAES, Kamila Guimarães de. **Obsolescência planejada de qualidade: fundamentos e perspectivas jurídico-ambientais de enfrentamento**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências Jurídicas. Programa de Pós - Graduação em Direito. Florianópolis, 2013, p. 61.

¹⁵⁴ CABRAL; RODRIGUES, op. cit., p. 52.

“degraus” de obsolescência técnica, é também uma forma de deterioração acelerada¹⁵⁵.

Nestes termos, a obsolescência de qualidade é vista como a espécie que possui maior potencial lesivo ao consumidor, vez que por apresentar vício oculto pode representar risco à saúde do consumidor ante a chance de acidentes de consumo ocorrerem pela baixa qualidade de materiais utilizados nos produtos.

No que concerne a obsolescência de desejo, talvez seja a modalidade de maior complexidade, ao passo que engloba fatores psicológicos multifacetados. É conhecida também pela denominação obsolescência de estilo, a qual torna um produto obsoleto em virtude de sua aparência ou design¹⁵⁶.

Por meio de estratégias de propaganda, o consumidor se vê envolto em uma teia de marketing que torna o produto mais antigo defesado no que pese ainda esteja em condições de usabilidade, visto que o novo se torna mais atrativo.

De acordo com Padilha e Bonifácio, a obsolescência de desejo é identificada

quando se adotam mecanismos para mudar o estilo dos produtos como maneira de manipular os consumidores para irem repetidamente às compras. Trata-se, na verdade, de gastar o produto na mente das pessoas. Nesse sentido, os consumidores são levados a associar o novo com o melhor e o velho com o pior. O estilo e a aparência das coisas tornam-se importantes como iscas ao consumidor, que passa a desejar o novo. É o design que dá a ilusão de mudança por meio da criação de um estilo. [...] faz o consumidor se sentir desconfortável ao utilizar um produto que se tornou ultrapassado por causa do novo estilo dos novos modelos¹⁵⁷.

Em termos semelhantes, Neves elucida que a obsolescência de desejabilidade

consiste exclusivamente na criação de uma percepção de obsolescência e um desejo pelo novo por parte do comprador. É o que se vê, semestre a semestre, ano a ano, com aparelhos de telefonia móvel ou automóveis. O fabricante insere pequenas mudanças, sempre marginais, hábeis apenas a outorgar ao produto um ar de modernidade e - sobretudo - torná-lo identificável como novo e, a partir disso, desejável¹⁵⁸.

¹⁵⁵ NEVES, op. cit., p. 326.

¹⁵⁶ PACKARD, op. cit., p. 52.

¹⁵⁷ PADILHA, Valquíria; BONIFÁCIO, Renata Cristina A. **Obsolescência planejada: armadilha silenciosa na sociedade de consumo.** Disponível em: <<https://diplomatique.org.br/obsolescencia-planejada-armadilha-silenciosa-na-sociedade-de-consumo/>>. Acesso em: 15/10/2022.

¹⁵⁸ NEVES, op. cit., p. 326.

4.3 Obsolescência programada como prática comercial abusiva e os mecanismos protetivos do CDC ante sua ocorrência

Como explicitado anteriormente, a obsolescência programada é uma prática comercial onde fornecedores reduzem a expectativa de durabilidade de produtos os tornando obsoletos, sujeitando os consumidores ao consumo contínuo.

Nesta seara, *prima facie*, em sentido abstrato, a prática não seria considerada ilícita, enquanto constitui “exercício regular da livre-iniciativa constitucionalmente consagrada, salvo quando houver norma (regra ou princípio) proibitiva incidente à espécie”¹⁵⁹.

No entanto, quando traduzida na prática oculta ao consumidor realizada de maneira proposital em detrimento de vários princípios consumeristas, tais como o da informação, da vulnerabilidade e da boa-fé objetiva, enseja sua ilicitude e, assim o sendo, é passível de ser reprimida pelos instrumentos legais de prevenção e proteção dos direitos do consumidor.

Mas antes, por oportuno, há de se destacar que, ao passo de a obsolescência programada atingir a vida útil dos produtos, evidentemente percebe-se que estes não são eternos, pois em algum momento estarão suscetíveis a defeitos ou vícios.

Nos termos dos arts. 12, 14 e 18, todos do CDC, defeito do produto ou serviço refere-se a problema na segurança de sua utilização pelo consumidor, enquanto o vício está ligado a problemas de qualidade do próprio produto ou serviço.

Isto posto, veja-se que o primeiro mecanismo preventivo ao alcance do consumidor é o direito à prestação de informações completas e precisas do produto que está comprando, inclusive sobre sua vida útil, conforme preveem os artigos 4º, IV, 6º, III e 31 do CDC.

No que pese o art. 31 do referido diploma legal tenha sido omissivo em prever o dever de informar sobre a vida útil de produtos, esclarece Miragem, sobre a imprescindibilidade desta informação, que

A redução do tempo de utilização do produto, de sua durabilidade, afeta, evidentemente, o dever de adequação que integra o dever geral de qualidade imposto ao fornecedor. Pelo dever de adequação, lembre-se,

¹⁵⁹ NEVES, op. cit., p. 331.

tutela-se as expectativas legítimas do consumidor sobre a utilidade do produto ou serviço. [...] A legitimidade da expectativa despertada, de sua vez – a confiança do consumidor – depende do seu nível de conhecimento sobre o produto ou serviço e das informações de que dispõe¹⁶⁰.

Sobre o controle de qualidade de produtos, considerando que o consumidor não possui o conhecimento suficiente para prevenir e coibir a questão, sequer para supervisionar sua produção, previu o legislador, dentro do próprio CDC, instrumentos protetivos que, em análise perfunctória, deveriam obstar a prática da obsolescência programada. Como exemplo, a garantia legal de adequação está inserida nos arts. 23 e 24 do digesto consumerista, assim como a atuação das entidades públicas e privadas de controle de qualidade vinculadas ao Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (SINMETRO) para aplicação de sanções administrativas previstas no artigo 56 do mencionado *Códex*, como a apreensão de produtos, cassação de registros, dentre outros.

Nesta vértice, ainda sob uma ótica preventiva, as relações de consumo ficam submetidas ao princípio da boa-fé objetiva. Por conta disso que, uma vez frustrada a expectativa do consumidor quanto ao regular funcionamento do produto adquirido para que não perca características essenciais em um curto período de tempo, também pode se falar abusividade da prática da obsolescência programada. Acerca do tema, Renner defende que

a abusividade da conduta praticada pelo fornecedor está na frustração do próprio consumidor, que de boa-fé adquire um produto que deve ser durável mas, pouco tempo após a sua aquisição e normalmente depois do prazo de garantia legal, passa a apresentar defeito, seja não funcionando ou funcionando mal e, diante das dificuldades na realização do conserto (seja porque não há peças de reposição, ou as mesmas são mais caras que um novo aparelho, ou mesmo porque há dificuldade no acesso à assistência técnica), o consumidor acaba por descartar o objeto¹⁶¹.

Em acréscimo, Baggio e Mancia também identificam que a quebra da justa expectativa do consumidor sobre o ciclo de vida de um produto ocasiona o encurtamento de sua satisfação, de maneira intencional previamente arquitetada por seus idealizadores, acaba por lesá-lo¹⁶².

¹⁶⁰ MIRAGEM, op. cit., p. 241.

¹⁶¹ RENNER, Rafael Henrique. **Obsolescência programada e consumo sustentável: algumas notas sobre um importante debate**. Revista Interdisciplinar de Direito, [S.l.], v. 9, n. 1, 2018, p. 408.

¹⁶² BAGGIO, Andreza Cristina; MANCIA, Karin Cristina Borio. **A proteção do consumidor e o consumo sustentável: análise jurídica da extensão da durabilidade dos produtos e o atendimento ao princípio da confiança**. In: Anais do XVII Congresso Nacional do Conpedi. Brasília, 20, 21 e 22 de novembro de 2008, p. 1.752.

No contexto apresentado, a obsolescência planejada é tida como uma prática comercial de fornecedores. Neste diapasão, práticas comerciais são “os procedimentos, mecanismos, métodos e técnicas utilizados pelos fornecedores para, mesmo indiretamente, fomentar, manter, desenvolver e garantir a circulação de seus produtos e serviços até o destinatário final”¹⁶³. A par disto que a prática de obsolescência pode ser configurada como abusiva, mormente que se encontra em “desconformidade com os padrões mercadológicos de boa conduta em relação ao consumidor”¹⁶⁴.

Nesta esteira, as práticas comerciais abusivas estão enumeradas no artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor, à título exemplificativo, com propósito de proteger o consumidor de maneira a “impedir que, diante de sua fragilidade junto aos fornecedores, fosse vítima de práticas que o prejudicassem”¹⁶⁵. Não por acaso que, a existência de tais práticas comerciais podem acarretar na “invalidade ou ineficácia do contrato de consumo que venha a ser celebrado ou de determinadas prerrogativas do fornecedor, obtidas em razão de abuso, decorrentes de contrato já existente”¹⁶⁶.

Em suma, constata-se que os mecanismos preventivos existentes no CDC demonstram a incompatibilidade da obsolescência programada nas relações de consumo.

Noutro giro, tocante aos mecanismos reparatórios, a doutrina majoritária entende que a obsolescência programada constitui um vício do produto, isto é, atinge diretamente sua adequação e o direito à informação. No ponto, destaca-se que o lançamento no mercado de um produto de melhor qualidade não acarreta na presunção de defeito do produto mais velho, conforme prevê o art. 12, § 2º, do CDC. De igual modo não se pode confundir as deteriorações naturais decorrentes do uso da coisa com o vício do produto.

Neste cenário, o vício gerado pela prática da obsolescência programada é tido como oculto, visto que está presente desde a aquisição do produto, porém somente depois de certo tempo se manifesta, o que não é facilmente perceptível

¹⁶³ BENJAMIN, op. cit., 425.

¹⁶⁴ BENJAMIN; MARQUES; BESSA, op. cit., p. 276.

¹⁶⁵ CABRAL; RODRIGUES, op. cit., p. 45.

¹⁶⁶ MIRAGEM, Bruno. **Abuso do direito: proteção da confiança e limite ao exercício das prerrogativas jurídicas no direito privado**. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009, p. 241.

pelo consumidor, nos termos do art. 18 do CDC. Elementar a noção quanto distinção dos vícios, pois, no entendimento de Bessa e Moura

O vício aparente e de fácil constatação é, como o próprio nome indica, o que pode ser notado imediatamente pelo consumidor, numa análise inicial do produto, realizada, de regra, logo após a compra. O vício oculto, ao contrário, só pode ser percebido após algum tempo de utilização do produto, como no caso de um liquidificador que, depois de quatro meses de uso, simplesmente deixa de funcionar¹⁶⁷.

Portanto, por ser a obsolescência programada um vício oculto, segundo dispõe o art. 26 do CDC, terá o consumidor o prazo de 90 (noventa) dias de garantia legal de adequação para bens duráveis, com início marcado pela ciência inequívoca do defeito. Não está a se dar um salvo conduto de responsabilização eterna dos fornecedores nas hipóteses de existência de vício oculto, mas, diante da omissão legislativa no tocante ao prazo para descoberta deste tipo de defeito, necessário foi que a doutrina e a jurisprudência construíssem entendimento sobre assunto para definição de um marco temporal para tanto. Neste rumo, a vida útil do produto é considerada como critério deste lapso temporal, como bem aponta Garcia:

Como o fornecedor responde pelos vícios ocultos durante o período de vida útil do produto, será fundamental que o fornecedor informe expressamente qual o período de vida útil de cada produto nos rótulos ou manuais. Esta informação, que já pode ser exigida pelo art. 31 do CDC, é de extrema importância não somente para bem informar o consumidor sobre o prazo que dispõe para reclamar nos aparecimentos dos vícios ocultos, mas também serve para melhor orientar o consumidor na hora da compra¹⁶⁸.

Assim, percebe-se que a vida útil atingida pela obsolescência programada constitui um vício oculto, ao passo de que o fornecedor pode escolher o tempo para o produto apresentar o vício ou defeito, gerando ao consumidor o direito ao prazo estabelecido do artigo 26, II do CDC, desde a descoberta deste vício, levando-se em consideração o ciclo de vida do produto em questão.

Uma vez constatada a prática abusiva, o supracitado art. 18 do CDC disciplina as alternativas disponíveis ao consumidor e ainda a existência de eventuais perdas e danos. Em similares termos, o art. 32 do CDC prevê ainda que o fornecedor deve assegurar a oferta de peças de reposição dos produtos por período razoável de tempo, cessado sua fabricação ou importação.

¹⁶⁷ BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter José Faiad de. **Manual de direito do consumidor**. 4. ed. Escola Nacional de Defesa do Consumidor, Brasília, 2014. p. 135.

¹⁶⁸ GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Código de Defesa do Consumidor Comentado: artigo por artigo**. 13. ed. rev. ampl. e atual- Salvador: JusPodivm, 2016. p. 248.

Neste quadro, muito embora a obsolescência programada seja considerada uma prática comercial abusiva porquanto viola os princípios consumeristas e causa prejuízos evidentes ao consumidor, a legislação consumerista pátria não dispõe de normativas de regulamentação acerca desta prática, em especial quanto ao critério da vida útil.

Não em vão que, ao escolher os produtos que deseja comprar, não raro o consumidor se baseia no critério da vida útil:

Produtos mais duráveis certamente serão mais atraentes para o consumidor do que os que rapidamente se deterioram. É sabido que os produtos atualmente são fabricados para terem durabilidade limitada, de modo a incentivar o consumidor a adquirir novos produtos em curto espaço de tempo. Ou seja, a indústria hoje trabalha com o conceito de obsolescência (tornar-se obsoleto) de forma programada (obsolescência programada)¹⁶⁹.

Ao estabelecer de maneira expressa a vida útil do produto, verifica-se que o dever informacional está sendo cumprido pelo fornecedor, permitindo ao consumidor escolher livremente a seu critério por bens mais duráveis ou não. Por outro lado, a inexistência de menção no produto quanto a sua durabilidade pode acarretar em prática abusiva quando constatada a obsolescência programada, o que importa em admitir a existência de um vício oculto, situação que ensejaria nos mecanismos preventivos ou reparatórios existentes no Código de Defesa do Consumidor. Não obstante, percebe-se, conforme explicitado anteriormente, que legislador quedou-se omissos na previsão sobre a redução intencional da vida útil de bens, acarretando na conclusão lógica que os citados mecanismos de proteção são ineficazes diante desta situação.

O STJ inclusive vem demonstrando preocupação com a circunstância, consoante depreende-se do julgado emblemático acerca da prática da obsolescência programada (REsp 984.106/SC), *in verbis*:

DIREITO DO CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO E RECONVENÇÃO. JULGAMENTO REALIZADO POR UMA ÚNICA SENTENÇA. RECURSO DE APELAÇÃO NÃO CONHECIDO EM PARTE. EXIGÊNCIA DE DUPLO PREPARO. LEGISLAÇÃO LOCAL. INCIDÊNCIA DA SÚMULA N. 280/STF. AÇÃO DE COBRANÇA AJUIZADA PELO FORNECEDOR. VÍCIO DO PRODUTO. MANIFESTAÇÃO FORA DO PRAZO DE GARANTIA. VÍCIO OCULTO RELATIVO À FABRICAÇÃO. CONSTATAÇÃO PELAS INSTÂNCIAS ORDINÁRIAS. RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR. DOUTRINA E JURISPRUDÊNCIA. EXEGESE DO ART. 26, § 3º, DO CDC.
[...]

¹⁶⁹ Ibidem, p. 248.

3. No mérito da causa, cuida-se de ação de cobrança ajuizada por vendedor de máquina agrícola, pleiteando os custos com o reparo do produto vendido. O Tribunal a quo manteve a sentença de improcedência do pedido deduzido pelo ora recorrente, porquanto reconheceu sua responsabilidade pelo vício que inquinava o produto adquirido pelo recorrido, tendo sido comprovado que se tratava de defeito de fabricação e que era ele oculto. Com efeito, a conclusão a que chegou o acórdão, sobre se tratar de vício oculto de fabricação, não se desfaz sem a reapreciação do conjunto fático-probatório, providência vedada pela Súmula 7/STJ. Não fosse por isso, o ônus da prova quanto à natureza do vício era mesmo do ora recorrente, seja porque é autor da demanda (art. 333, inciso I, do CPC) seja porque se trata de relação de consumo, militando em benefício do consumidor eventual déficit em matéria probatória.

4. O prazo de decadência para a reclamação de defeitos surgidos no produto não se confunde com o prazo de garantia pela qualidade do produto - a qual pode ser convencional ou, em algumas situações, legal. O Código de Defesa do Consumidor não traz, exatamente, no art. 26, um prazo de garantia legal para o fornecedor responder pelos vícios do produto. Há apenas um prazo para que, tornando-se aparente o defeito, possa o consumidor reclamar a reparação, de modo que, se este realizar tal providência dentro do prazo legal de decadência, ainda é preciso saber se o fornecedor é ou não responsável pela reparação do vício.

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

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

7. Cuidando-se de vício aparente, é certo que o consumidor deve exigir a reparação no prazo de noventa dias, em se tratando de produtos duráveis, iniciando a contagem a partir da entrega efetiva do bem e não fluindo o citado prazo durante a garantia contratual.

Porém, conforme assevera a doutrina consumerista, o Código de Defesa do Consumidor, no § 3º do art. 26, no que concerne à disciplina do vício oculto, adotou o critério da vida útil do bem, e não o critério da garantia, podendo o fornecedor se responsabilizar pelo vício em um espaço largo de tempo, mesmo depois de expirada a garantia contratual.

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

9. Ademais, independentemente de prazo contratual de garantia, a venda de um bem tido por durável com vida útil inferior àquela que legitimamente se esperava, além de configurar um defeito de adequação (art. 18 do CDC),

evidencia uma quebra da boa-fé objetiva, que deve nortear as relações contratuais, sejam de consumo, sejam de direito comum. Constitui, em outras palavras, descumprimento do dever de informação e a não realização do próprio objeto do contrato, que era a compra de um bem cujo ciclo vital se esperava, de forma legítima e razoável, fosse mais longo.

10. Recurso especial conhecido em parte e, na extensão, não provido. (REsp n. 984.106/SC, relator Ministro Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, julgado em 4/10/2012, DJe de 20/11/2012.)¹⁷⁰

Do corpo do voto exarado pelo Ministro Salomão ainda se extrai:

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

[...]

Ressalte-se, também, que desde a década de 20 - e hoje, mais do que nunca, em razão de uma sociedade massificada e consumista -, tem-se falado em obsolescência programada, consistente na redução artificial da durabilidade de produtos ou do ciclo de vida de seus componentes, para que seja forçada a recompra prematura. [...] Nessas circunstâncias, é até intuitivo imaginar que haverá grande estímulo para que o produtor eleja estratégias aptas a que os consumidores se antecipem na compra de um novo produto, sobretudo em um ambiente em que a eficiência mercadológica não é ideal, dada a imperfeita concorrência e o abuso do poder econômico, e é exatamente esse o cenário propício para a chamada obsolescência programada.

[...]

São exemplos desse fenômeno: a reduzida vida útil de componentes eletrônicos (como baterias de telefones celulares), com o posterior e estratégico inflacionamento do preço do mencionado componente, para que seja mais vantajoso a recompra do conjunto; a incompatibilidade entre componentes antigos e novos, de modo a obrigar o consumidor a atualizar por completo o produto (por exemplo, softwares); o produtor que lança uma linha nova de produtos, fazendo cessar açodadamente a fabricação de insumos ou peças necessárias à antiga¹⁷¹.

¹⁷⁰ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 984.106/SC. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. DJE, 20 nov. 2012. Disponível em: <https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=200702079153&dt_publicacao=20/11/2012>. Acesso em: 10/08/2022.

¹⁷¹ Idem.

Com isto, verifica-se um grande passo para a proibição da prática da obsolescência programada ante o reconhecimento pelo STJ de sua existência no mundo das relações de consumo.

4.4 A vulnerabilidade do consumidor em relação a obsolescência programada

Como já amplamente tratado, a obsolescência programada é prática cada vez mais recorrente no mercado, submetendo o consumidor a vontade dos fornecedores quanto a resolução de problemas técnicos de reposição ou conserto de peças, quando não raro fazem ser necessário a aquisição de um novo bem.

A conjuntura, como bem resume Cabral e Rodrigues, tornou

excessivamente caro consertar um produto, já que os serviços apresentam um alto custo e as peças de reposição, além de caras, muitas vezes são inexistentes, sendo mais viável a aquisição de outra mercadoria apenas para substituir aquela que não estava completamente inútil, mas apenas ultrapassada ou necessitando de pequeno reparo, já que produzida para durar por um período curto de tempo¹⁷².

Por corolário, a proteção do consumidor diante desta situação, ainda mais em virtude de sua inserção em uma sociedade de hiperconsumo e de contínuo estímulo ao consumismo, se faz imprescindível. Neste ângulo, a caracterização da obsolescência planejada como uma prática comercial abusiva que acarreta na vulnerabilidade do consumidor pode trazer grandes frutos para seu enfrentamento.

Sobre o tema, Cabral e Rodrigues asseveram que

o consumidor necessita de proteção, tanto em razão da sua vulnerabilidade, e da agressiva publicidade das indústrias, que, satisfazendo os anseios da obsolescência programada, impulsiona-o a buscar sempre novos produtos, que possuam maior desempenho, ou que sejam mais envolventes, com um design mais atual, ou meramente porque a nova geração é visualmente mais atraente que a antiga, fazendo com que o consumidor conserve um sentimento constante de frustração e insatisfação, ameaçando, assim, o princípio da confiança¹⁷³.

A obsolescência programada, nesta ótica, é considerada prática abusiva e ilícita que viola diversos dispositivos do CDC, bem como fere e está em desconformidade aos princípios que regem o referido digesto.

¹⁷² CABRAL; RODRIGUES, op. cit., p. 324.

¹⁷³ Idem.

A identificação da vulnerabilidade a que fica exposto o consumidor é, portanto, evidente. Tão claro é a situação, que a obsolescência programada surge, então, como uma vulnerabilidade de todas as categorias.

É uma vulnerabilidade técnica, pois, o consumidor, uma vez que compra determinado bem, “não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é mais facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade”¹⁷⁴. Ou seja, a vulnerabilidade do consumidor reside na ausência de noção quanto a qualidade do produto que adquiriu, impossibilitando-o de saber se sua expectativa legítima gerada com a aquisição será, de fato, cumprida.

A obsolescência planejada também constitui uma vulnerabilidade socioeconômica, à medida que induz o consumidor ao consumo desenfreado de produtos que poderiam ter sua durabilidade prolongada, bem como ao gasto com eventuais reparos ou substituições de peças, que podem levá-lo ao superendividamento.

Como bem pontua Moraes, as técnicas de propagandas, inseridas junto a lógica da obsolescência programada, geram ao psicológico dos consumidores “indefinidas circunstâncias que poderão ter como resultado o maior consumo e, em grau mais perverso, inclusive obrigar ao consumo de produtos ou serviços inadequados”¹⁷⁵. Com efeito, a deterioração fática e econômica é somente efeito desta prática.

A referida técnica também caracteriza a vulnerabilidade jurídica do consumidor, ao passo de que, inexistindo legislação expressa sobre si, impossibilita que este sujeito possa tomar medidas cabíveis para obstá-la. Ademais, sabidamente o consumidor está em posição desfavorável por não possuir o conhecimento jurídico, contábil e econômico que envolvem a produção de mercadorias e serviços.

A obsolescência programada também é vulnerabilidade informacional, porquanto, quando não inserida expressamente, não possui informações claras e precisas acerca da vida útil dos produtos que almeja adquirir. Neste sentido, Miragem destaca ser extremamente necessário que o fornecedor “esclareça

¹⁷⁴ MARQUES; MIRAGEM, op. cit., p. 154.

¹⁷⁵ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **O Código de Defesa do Consumidor: princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. Porto Alegre: Síntese, 1999, p. 152.

adequadamente sobre a vida útil dos produtos”¹⁷⁶, vez que esta informação básica envolve a segurança dos consumidores e a sua proteção contra os riscos advindos destes produtos e serviços.

Não se olvida, porém, que no país, por meio da Lei n. 9.933/1999, há a imposição de certa limitação a prática da obsolescência programada ao introduzir-se a obrigação de observação a padrões mínimos de qualidade de bens, cuja competência para verificação ficam sob competência dos órgãos reguladores (Conmetro e Inmetro).

Ainda assim, por ser de difícil detecção, a prática se encontra sedimentada no mercado de consumo.

4.5 Experiências internacionais no combate à obsolescência programada

Como já mencionado, a obsolescência programada não é prática recente na história da sociedade de consumo. Sua evolução junto ao capitalismo de mercado e o conseqüente consumismo que gera fizeram que diversos países passassem a tratar dos problemas inerentes a este técnica. Dando azo a defesa do consumidor ao reconhecê-lo como sujeito débil nas relações de consumo hoje massificadas, ainda mais se considerado o contexto de desenvolvimento sustentável cada vez mais perseguido pelos Estados, a obsolescência planejada ganha combatividade no cenário global.

Neste sentido, podem-se citar duas nações que buscaram enfrentar, por meio de normas legais, a prática da obsolescência programada: Bélgica e França.

Para os belgas, a problemática da obsolescência planejada está inserida na exposição de motivos da Resolução 5-1251/1, de 7 de outubro de 2011:

A obsolescência programada pode ser definida como o fato de desenvolver e depois comercializar um produto determinando antecipadamente o momento de sua expiração, sendo o objetivo desse método limitar a vida útil do objeto e favorecer assim, a compra de um novo produto substituto. [...] não devemos perder de vista o custo financeiro da obsolescência programada para as famílias. Uma redução significativa na vida dos produtos inevitavelmente provoca um custo adicional no orçamento do

¹⁷⁶ MIRAGEM, p. 45-46.

consumidor. O impacto social é, portanto, muito importante para essas famílias¹⁷⁷ (tradução livre).

Verifica-se que a Resolução Belga reconheceu a existência da prática da obsolescência programada, assim como demonstrou preocupação com as repercussões desta técnica na sociedade, principalmente em virtude da vulnerabilidade econômica que acaba por introduzir o consumidor e sua família.

Para além disso, a normativa ainda impõe o dever de informar a vida útil dos produtos por parte dos fornecedores, assim como a inserção de informações atinentes à possibilidade de reparação dos bens.

A Resolução ainda indicou que a obsolescência programada irradia para danos de natureza ambiental, porquanto a necessidade de produção de cada vez mais produtos importa na utilização acentuada dos recursos do planeta, os quais sabidamente são finitos.

Assim, conclui-se que a Bélgica buscou a proteção do consumidor em âmbito individual e coletivo, bem como mostrou preocupação com os danos ao meio ambiente, com intuito de que os produtos ofertados no mercado sejam mais duráveis e atendam suas funções sociais.

A França também possui previsões legais consistentes para a proteção do consumidor ante a prática da obsolescência programada.

No Estado francês, em 17 de agosto de 2015, o projeto de lei 429 foi aprovado, alterando o Código do Consumo e instituindo como delito a prática da obsolescência programada, conforme se vê:

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

Artigo L454-6. A infração prevista no artigo L441-2 é punível com dois anos de prisão e multa de 300.000 euros. O montante da multa pode ser aumentado, na proporção dos benefícios derivados da infração, para 5% do volume de negócios médio anual, calculado sobre os três últimos volumes de negócios anuais conhecidos à data dos fatos¹⁷⁸ (tradução livre).

¹⁷⁷ BELGICA. Senat de Belgique. Document législatif n° 5-1251/1. Session de 2010-2011. 7 octobre 2011. **Proposition de résolution em vue de lutter contre l'obsolescence programmée des produits liés à l'énergie.** Disponível em: <<http://www.senate.be/www/?Mlval=/publications/viewPub&COLL=S&LEG=5&NR=125&PUID=83887779&LANG=fr>>. Acesso em: 16/06/2022.

¹⁷⁸ FRANÇA. LegiFrance. Code de la consommation, Article L441-2, Article L454-6. Ordonnance n° 2016-301 du mars 2016. Disponível em:

Neste contexto, nota-se que, se por um lado a Bélgica adotou uma resolução para tratar da matéria, a França introduziu o assunto ao parlamento e publicou uma lei dentro do Código de Consumo nacional para regulamentar a prática da obsolescência planejada e, inclusive, criminalizar a referida técnica.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todo o expandido, passa-se a tecer algumas considerações acerca da temática sobre a qual a pesquisa se debruçou, contemplando as indagações semeadas ao início do presente trabalho.

Atualmente, a sociedade tem presenciado diversas e profundas mudanças, em especial pela decorrência de como o consumo tem se estruturado. Nesse sentido, o ato de consumir sempre esteve presente na história da humanidade e é conduta básica de sua subsistência. O enfoque em como ele se desenvolve durante determinados períodos históricos é, no viés trabalhado, necessário para compreender algumas características que marcam os tecidos sociais de outrora e que auxiliam entender como chegou-se ao presente estado.

Neste particular, a revolução industrial e o desenvolvimento da organização social do trabalho têm grande papel para as alterações vivenciadas, visto que foram o pontapé inicial para a transição de uma sociedade de produtores para uma sociedade de consumidores.

Se a modernidade sólida possuía valores como a previsibilidade e a segurança que proporcionavam e marcavam um ambiente de confiança, ordenado, regular, de identificação dos contratantes e, de certa forma, de respeito a autonomia da vontade privada, a modernidade líquida apresentou-se balançando e quebrando diversos paradigmas impostos até então.

O aumento no índice de produtividade e a criação incipiente de uma sociedade de consumo de massa permitiu que estes princípios fossem revisitados. A alta nos salários recebidos pelos trabalhadores industriais e o oferecimento de acesso facilitado ao crédito foram possibilitando a aquisição de bens que nunca antes estiveram disponíveis para as camadas sociais mais baixas.

Os modelos produtivos, em um segundo momento, também sofreram profundas evoluções. As técnicas de produção, com o desenvolvimento dos processos tecnológicos, impulsionam de tal maneira a manufatura de bens em massa, gerando expressivos excedentes. A produção em escala que marca esta época significa a existência da necessidade de uma alta rotatividade de produtos diversos. Como consequência, tais mercadorias tinham sua vida útil diminuída para

serem renovadas por novos produtos e darem vazão a produção cada vez mais significativa, abrindo espaço a novas tendências e novos mercados consumidores.

A prática da obsolescência programada, neste viés, foi sendo aprimorada e melhorada com o decorrer do tempo. Estratégias de publicidade foram penetrando junto à sociedade fazendo com que o consumo passasse a ser sinônimo de bem-estar individual, o qual deveria ser perseguido.

Assim, não olvidando-se que em outros tempos a perenidade e estabilidade eram valores apreciados, a novidade é quem passa a impulsionar o consumo. Conforme visto, a noção de felicidade atrela-se, de maneira quase umbilical, ao consumo, de maneira imediata e momentânea. A noção individualista de sociedade ganha tamanha força neste momento histórico e os ideais de uma modernidade sólida passam a desaparecer.

Neste momento, o consumo já estava plenamente instaurado na sociedade, sofrendo contínuos impulsos por estratégias de publicidade e suas técnicas de marketing e vendas, inculcando nos bens significados psicológicos. O ato de consumir passa a ser, então, fator de reconhecimento próprio e de identidade, assim como um diferenciador social. Passa-se do consumo ao consumismo. A sociedade de consumidores torna-se uma sociedade de hiperconsumidores. Os problemas inerentes a esta relação também não são surpresa.

O mundo voltou-se para a regulamentação do mercado de consumo e da relação jurídica que detinha, claramente, uma parte mais débil e que necessitava de proteção. O reconhecimento do direito do consumidor como um direito humano de nova geração (social) pela ONU inspirou ao Brasil sua consagração no texto constitucional como um direito fundamental.

Nessa toada, a determinação constitucional para a elaboração de um Código de Defesa do Consumidor e seu reconhecimento como princípio geral da atividade econômica do país foi de suma importância para as relações de consumo no território brasileiro. A Lei n. 8.078/1990 é grande marco na defesa dos direitos consumeristas, visto que busca equalizar uma relação desigual protegendo o seu elo mais fraco por meio de uma normativa principiológica, de ordem pública e de interesse social.

Ao considerar expressamente o consumidor como vulnerável de forma econômica, técnica, jurídica ou informacional, o legislador acabou, por corolário, a

garantir o cumprimento dos princípios constitucionais da igualdade e da dignidade da pessoa humana.

Desta forma, está se garantindo a todos os consumidores o acesso com qualidade e segurança aos produtos e serviços disponíveis no mercado de consumo, que acabam refletindo na existência digna do ser humano em sociedade.

A par disto, embora o princípio da livre iniciativa esteja presente no texto constitucional, a prática da obsolescência programada na qual fornecedores reduzem a expectativa de durabilidade de produtos os tornando obsoletos, sujeitando os consumidores ao consumo contínuo, de maneira oculta e proposital em detrimento de vários princípios consumeristas, tais como o da informação, da vulnerabilidade e da boa-fé objetiva, enseja sua ilicitude e, assim o sendo, é passível de ser reprimida pelos instrumentos legais de prevenção e proteção dos direitos do consumidor.

No entanto, por ser de complexa percepção e constatação, a referida conduta acaba sendo difícil de ser enquadrada, visto também possuir diversas modalidades. Nesta esfera, a obsolescência de qualidade parece ser a mais aberta para tanto, visto que atinge diretamente a vida útil dos produtos. Neste cenário, muito embora a obsolescência programada seja considerada uma prática comercial abusiva porquanto viola os princípios consumeristas e causa prejuízos evidentes ao consumidor, a legislação consumerista pátria não dispõe de normativas de regulamentação acerca da conduta, em especial quanto ao critério da vida útil.

Neste embalo, a inexistência de menção por parte dos fornecedores nos produtos quanto a sua durabilidade pode acarretar em prática abusiva quando constatada a obsolescência programada, o que importa em admitir a existência de um vício oculto, situação que ensejaria nos mecanismos preventivos e reparatórios existentes no Código de Defesa do Consumidor. Não obstante, percebe-se que, diante da mencionada omissão de precisão na previsão sobre a redução intencional da vida útil de bens, leva a conclusão lógica que os mecanismos de proteção existentes são ineficazes diante desta situação.

Aqui reside a importância do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor frente a esta prática comercial abusiva. Trata-se de uma violação que afeta, conforme elucidado durante a presente monografia, todas as esferas da vulnerabilidade, seja a fática, a jurídica, a técnica e, principalmente, a informacional. A frustração da expectativa legítima o consumidor quanto ao regular funcionamento

do produto adquirido para que não perca características essenciais em um curto período de tempo, diante da ausência de informações claras e precisas, o coloca em situação de vulnerabilidade. A prática da obsolescência programada, neste ínterim, apresenta-se em evidente desconformidade com a legislação consumerista e os princípios regentes, pois constitui prática abusiva violando as esferas de vulnerabilidade do consumidor.

Não é forçoso concluir, portanto, que diante de uma situação como a explorada, carece de maior proteção no digesto consumerista.

No ponto, a obsolescência programada pode levar a marginalização de sujeitos, ao passo que são impulsionados por esse consumismo social e acabam na tomada injusta de créditos com juros e taxas extremamente altas, levando cada vez mais a uma condição ainda mais vulnerável e mais excluída.

É nestes termos que as legislações de países como a Bélgica e a França podem levar a grandes avanços no combate a prática da obsolescência planejada. Neste cenário, o principal desafio da proteção e defesa do consumidor reside na distribuição correta das obrigações informacionais do fornecedor e, em especial, a conscientização do consumidor quanto à necessidade da aquisição de produtos e serviços, à medida que muitas vezes são supérfluos, inclusive de maneira exacerbada, distorpendo a característica de direito humano e fundamental da proteção dos consumidores.

REFERÊNCIAS

- AFONSO, Luiz Fernando. Uma reflexão hermenêutica da defesa do consumidor: a interpretação das relações de consumo como instituto da pós-modernidade e da sociedade de risco. *Revista de Direito Privado*. vol. 47. p. 505-532.
- ALEXY, Robert. *Constitucionalismo discursivo*. Tradução de Luís Afonso Heck. 2.ed. rev. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008.
- _____. *Teoría de los derechos fundamentales*. Traducción de Ernesto Garzón Valdés. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1993.
- ALMEIDA, João Batista de. *Manual de Direito do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.
- ALVIM, Teresa de Arruda. *Código do Consumidor comentado*. 2. ed., São Paulo, Revista dos Tribunais, 1995.
- BAGGIO, Andreza Cristina; MANCIA, Karin Cristina Borio. A proteção do consumidor e o consumo sustentável: análise jurídica da extensão da durabilidade dos produtos e o atendimento ao princípio da confiança. In: *Anais do XVII Congresso Nacional do Conpedi*. Brasília, 20, 21 e 22 de novembro de 2008. Disponível em: <http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/brasil/02_409.pdf >. Acesso em: 14/09/2022.
- BARBOSA, Lívia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 2008
- BAUMAN, Zygmunt. *A ética é possível no mundo de consumidores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011a.
- _____. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed.1999b.
- _____. *Legisladores e intérpretes: sobre modernidade, pós-modernidade e intelectuais*. São Paulo: Paulus, 2010c.
- _____. *Modernidade líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001d.
- _____. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008e.
- BÉLGICA. Senat de Belgique. Document législatif n° 5-1251/1. Session de 2010-2011. 7 octobre 2011. Proposition de résolution em vue de lutter contre

l'obsolescence programmée des produits liés à l'énergie. Disponível em: <<http://www.senate.be/www/?Mlval=/publications/viewPub&COLL=S&LEG=5&NR=125&PUID=83887779&LANG=fr>>. Acesso em: 16/06/2022.

BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor. 9. ed. (5. ed. do e-book) São Paulo: Revista dos Tribunais, Thomson Reuters Brasil, 2021.

BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter José Faiad de. Manual de direito do consumidor. 4. ed. Escola Nacional de Defesa do Consumidor, Brasília, 2014.

BINETTI, Saffo Testoni. Iluminismo. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco et al. Dicionário de política. trad. Carmen C. Varriale et al. 10ª ed. Brasília: UnB, v. 2. 1997.

BONATTO, Cláudio. Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor: principiologia, conceitos, contratos. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

BONAVIDES, Paulo. Curso de direito constitucional. São Paulo: Malheiros, 2000.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil S.A, 1989.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 24 ago. 2022.

_____. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 30 ago. 2022.

_____. Lei nº 9.933, de 20 de dezembro de 1999. Dispõe sobre as competências do Conmetro e do Inmetro, institui a Taxa de Serviços Metrológicos, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9933.htm>. Acesso em 05 jun. 2022.

_____. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm>. Acesso em 05 jun. 2022.

_____. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 984.106/SC. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. DJE, 20 nov. 2012 Disponível em: <https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=200702079153&dt_publicacao=20/11/2012>. Acesso em: 10/08/2022.

BULOW, Jeremy. An economic theory of planned obsolescence. In Quarterly Journal of Economics. v. 101, n. 4, 1986, p. 729-749.

CABRAL, Hideliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor. In: Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor. Porto Alegre: Magister, V.7, jan 2012, p. 35-58.

CAMPBELL, Colin. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Tradução de Mauro Gama. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANOTILHO, J. J. Gomes. Direito constitucional e teoria da constituição. Coimbra: Almedina, 1998.

CARVALHO, Diógenes Faria de. Consumo e (super) endividamento: vulnerabilidade e escolhas intertemporais. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Faculdade de Psicologia. Goiânia, 2015.

CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de direito do consumidor / Sergio Cavaliere Filho. – 5. ed. – São Paulo: Atlas, 2019.

COELHO, Fábio Ulhoa. O empresário e os direitos do consumidor. São Paulo: Saraiva, 1994.

CONCEIÇÃO, Joelma Telese Pacheco; CONCEIÇÃO, Márcio Magera; ARAÚJO, Paulo Sérgio Lopes de. Obsolescência programada – tecnologia a serviço do capital. INOVAE-Journal of Engineering, Architecture and Technology Innovation (ISSN 2357-7797), v. 2, n. 1, p. 90-105, 2014.

COMPARATO, Fábio Konder. A afirmação histórica dos Direitos Humanos. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

CRETELLA JÚNIOR, José. Os cânones do direito administrativo. Revista de Informação Legislativa, v. 97:7, 1988, p. 5-52.

DE LUCCA, Newton. Direito do Consumidor. São Paulo: Quartier Latin, 2003

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ECO, Umberto. Pape Satàn aleppe: crônicas de uma sociedade líquida / Umberto Eco; tradução Eliana Aguiar. - 1. ed. - Rio de Janeiro: Record, 2017.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. Sherman Antitrust Act, 02/07/1890. Disponível em:

<<https://www.archives.gov/milestone-documents/sherman-anti-trust-act#:~:text=The%20Sherman%20Anti%2DTrust%20Act%20authorized%20the%20federal%20gover>

[nment%20to,foreign%20nations%22%20was%20declared%20illegal](#)>. Acesso em: 15/09/2022.

FEUZ, Paulo Sérgio. Direito do Consumidor nos contratos de turismo: código de defesa do consumidor aplicado ao turismo. Bauru: Edipro, 2003.

FRANÇA. Legifrance. Code de la consommation, Article L441-2, Article L454-6. Ordonnance n° 2016-301 du mars 2016. Disponível em: <<https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006069565&idArticle=LEGIARTI000031053376>>. Acesso em: 26/09/2022.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. Código de Defesa do Consumidor Comentado: artigo por artigo. 13. ed. rev. ampl. e atual - Salvador: JusPodivm, 2016.

GIDDENS, Anthony. As consequências da modernidade. Tradução de Raul Fiker. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN. Antonio Hernan de Vasconcelos e. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 8. ed., Forense Universitária, 2006.

GUERRA, Sidney; PESSANHA, Érica de Souza. O núcleo fundamentador do Direito Constitucional brasileiro e do Direito Internacional dos Direitos Humanos: a dignidade da pessoa humana. In: GUERRA, Sidney (Coord.) Temas emergentes de Direitos Humanos. Campos dos Goytacazes: Ed. Faculdade de Direito de Campos, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal. Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2006a

_____. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989b.

MARINONI, Luiz Guilherme. A Conformação do Processo e o Controle Jurisdicional a partir do Dever Estatal de Proteção do Consumidor. In: SAMPAIO, Aurisvaldo; CHAVES, Cristiano (Coords.). Estudos de Direito do Consumidor: tutela coletiva (homenagem aos 20 anos da lei da ação civil pública). Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005.

MARQUES, Cláudia Lima. A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil: primeiras observações sobre contratos à distância no comércio eletrônico. Revista de Direito do Consumidor, vol 41, p. 65-99a.

_____. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. 5. ed. São Paulo: RT, 2006b.

_____. MIRAGEM, Bruno. O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis. 2. ed., São Paulo: Ed. RT, 2014c.

_____. Superação das antinomias pelo diálogo das fontes: o modelo brasileiro de coexistência entre o Código de defesa do consumidor e o Código civil de 2002. Revista da Esmese, Aracaju, n. 7, 2004, p. 15-55d.

MARX, Karl. Manuscritos econômicos-filosóficos. Tradução de José Carlos Bruni, José Artuhur Giannotti, Edgar Malagodi e Walter Rehfeld. 5. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1991. (Os Pensadores).

MATEUS, Cibele Gralha. Direitos fundamentais sociais e relações privadas: o caso do direito à saúde na Constituição Brasileira de 1988. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008.

McCRACKEN, Grant. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. RAE-Revista de Administração de Empresas, vol. 47, n. 1, jan-mar 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v47n1/a14v47n1.pdf>>. Acesso em 20 jun. 2022.

McKENDRICK, Neil. The Consumer Revolution of Eighteenth-Century England. In: McKENDRICK, Neil; BREWER, John; PLUMB, J. H. (Eds.). The Commercialization of Eighteenth Century England. Bloomington: Indiana University Press, 1982.

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

_____. Consumo sustentável e desenvolvimento: por uma agenda comum do direito do consumidor e do direito ambiental. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo. Curitiba: Bonijuris, v. 4, n. 13, mar. 2014, p. 31-48b.

_____. Curso de Direito do Consumidor. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2010c.

_____.; MARQUES, Claudia Lima; MAGALHÃES, Lucia Ancona Lopez de. (Org.). Direito do Consumidor: 30 anos do CDC. 1ª. Ed. São Paulo: Forense, 2020d.

_____. O Direito do Consumidor como Direito Fundamental. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. (Orgs.). Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor. Vol. II. São Paulo: Ed. RT, 2010e.

MORAES, Kamila Guimarães de. Obsolescência planejada de qualidade: fundamentos e perspectivas jurídico-ambientais de enfrentamento. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências Jurídicas. Programa de Pós - Graduação em Direito. Florianópolis, 2013.

- MORAES, Paulo Valério dal Pai Moraes. Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade e nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.
- NEVES, José Roberto de Castro. O Código do Consumidor e as Cláusulas Penais. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2006.
- NEVES, Julio Gonzaga Andrade. A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção do consumidor. Revista de Direito do Consumidor, Revista dos Tribunais, v. 23/2013, jan.-jun. 2013, p. 321-340.
- NUNES, Luis Antonio Rizzatto. Curso de Direito do Consumidor, 6. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2011.
- NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Código de Defesa do Consumidor Interpretado. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- PACKARD, Vance. Estratégia do desperdício. São Paulo: IBRASA, 1965.
- _____. The waste makers. New York. Van Rees Press, 1960
- PADILHA, Valquíria; BONIFÁCIO, Renata Cristina A. Obsolescência planejada: armadilha silenciosa na sociedade de consumo. Disponível em: <<https://diplomatie.org.br/obsolescencia-planejada-armadilha-silenciosa-na-sociedade-de-consumo/>>. Acesso em: 15/10/2022.
- PASQUALOTTO, Adalberto. Fundamentalidade e efetividade da Defesa do Consumidor. Revista de Direitos Fundamentais e Justiça. Ano 3. n. 9. Porto Alegre: HS Editora, out./dez. 2009. p. 66-100.
- PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; BOSSARDI, Rafaela Beal. Relações de consumo ou o consumo de relações: as relações afetivas na contemporaneidade. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Orgs.). Relações de consumo: humanismo. Caxias do Sul: Educs, 2011.
- RAGAZZI, José Luiz. Intervenção de terceiros e o Código de defesa do consumidor. 2. ed. São Paulo. Editora Verbatim, 2010.
- RENNER, Rafael Henrique. Obsolescência programada e consumo sustentável: algumas notas sobre um importante debate. Revista Interdisciplinar de Direito, [S.l.], v. 9, n. 1, p. 405-416, maio 2018. ISSN 2447-4290.
- SANTOS, Boaventura de Sousa; CHAUI, Marilena. Direitos humanos, democracia e desenvolvimento. São Paulo: Cortez, 2014.

- SANTOS, Fernando Ferreira dos. Direitos Fundamentais e democracia: o debate Habermas-Alexy. Curitiba: Juruá, 2010
- SARLET, Ingo Wolfgang. A eficácia dos direitos fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional. 10. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2011.
- SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. Código de Defesa do Consumidor Anotado e Legislação Complementar. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- SLADE, Giles. Made to break: technology and obsolescence in America. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2006.
- SLATER, Don. Cultura do consumo & modernidade. Tradução de Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.
- SODRÉ, Marcelo Gomes. A construção do Direito do Consumidor: um estudo sobre as origens das leis principiológicas de defesa do consumidor. São Paulo: Atlas, 2009a.
- _____. Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. São Paulo: Ed. RT, 2007b.
- THEODORO JÚNIOR, Humberto. O Contrato e seus Princípios. Rio de Janeiro: AIDE Editora, 2001.
- TOURAINÉ, Alan. Crítica da modernidade. Tradução de Elias Ferreira Edel. Petrópolis: Vozes, 1994.
- TRINDADE, Antônio Augusto Cançado. Tratado de direito internacional dos direitos humanos. Porto Alegre: S. A. Fabris, 1997.
- WALD Amoldo. Curso de Direito Civil Brasileiro - vol. 11. Obrigações e Contratos. São Paulo: RT, 1998.