

**FACULDADE DE DIREITO DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM - FDCI
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

BIANCA DE LIMA BERNARDO

**OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA SOB A ÓTICA DO DIREITO DO
CONSUMIDOR**

Cachoeiro de Itapemirim/ES

2018

BIANCA DE LIMA BERNARDO

**OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA SOB A ÓTICA DO DIREITO DO
CONSUMIDOR**

Monografia Jurídica apresentada ao curso de Direito da Faculdade de Direito de Cachoeiro de Itapemirim como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Direito.

Orientador: Prof(a). Larissa Vargas

Cachoeiro de Itapemirim/ES

2018

BIANCA DE LIMA BERNARDO

**OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA SOB A ÓTICA DO DIREITO DO
CONSUMIDOR**

Monografia apresentada à Faculdade de Direito de Cachoeiro de Itapemirim
como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Aprovada em: ____/____/____

Nota: _____

BANCA EXAMINADORA:

Profª Orientadora – Larissa Vargas

Prof. XXXXX

Prof. XXXXX

DEDICATÓRIA

Dedico essa vitória em primeiro lugar a Deus e aos meus pais, Amilton e Ana Lucia por todo esforço para me proporcionar o melhor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus, que me sustentou nos momentos difíceis dessa caminhada. Seu cuidado e amor por mim e pelos meus familiares podem ser notado dia a dia. Aos meus pais amados, que me apoiaram incondicionalmente e acreditaram nos meus objetivos. Meus avós Jader, Maria e Riva, minha dedicação em ser melhor todos os dias é por vocês. Aos meus tios Carlos e Neide, pela ajuda na hora que mais precisei. Aos meus irmãos Beatriz, Luciano e Rodolpho. Agradeço também os demais familiares e amigos. E, em especial, aqueles amigos que sempre me deram uma palavra de apoio, Luana e Gislayne. Não poderia esquecer-se dos amigos que fiz na faculdade que sempre levarei no coração, mas em especial agradeço a Alice, minha dupla de todos os anos. E ao meu namorado Danilo que sempre me apoiou e nunca mediu esforços pra me ajudar. Vocês são meus alicerces. E por fim, não menos importante, meu agradecimento a FDCI, e a minha queridíssima orientadora Larissa Vargas, que ascendeu uma luz no momento de escuridão, você é mil!

“O coração do homem planeja o seu caminho,
mas o Senhor lhe dirige os passos.”

- Provérbios 16:9

BERNARDO, Bianca de Lima. **Obsolescência Programada Sob a Ótica do Direito do Consumidor**. Oitenta e sete páginas. Trabalho de Conclusão de Curso. Bacharelado em Direito. Faculdade de Direito de Cachoeiro de Itapemirim - FDCI, 2018.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CC- Código Civil

CF- Constituição Federal

ART - Artigo

STJ – Supremo Tribunal Federal

REL- Relator

MIN- Ministro

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. A SOCIEDADE DO HIPERCONSUMO	10
2.1 RELAÇÃO DE CONSUMO.....	13
2.1.1 Consumidor e a Teoria do Finalismo Aprofundado	18
2.1.2 Fornecedor	43
2.1.3 Produto.....	45
2.1.4 Serviço	46
3. CONCEITO DE PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA	48
3.1 DECADÊNCIA NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O CRITÉRIO DA VIDA ÚTIL DO PRODUTO	51
3.2 PRESCRIÇÃO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	57
4. A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA SOB A ÓTICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR	60
4.1 CONTEXTO HISTÓRICO E CONCEITO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA	68
4.2 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA – O PLANETA TERRA PEDE SOCORRO	73
5. CONCLUSÃO	76
REFERÊNCIAS	77

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo principal mostrar que o consumidor é a parte vulnerável da relação de consumo frente às práticas abusivas que o fornecedor vem adotando em reduzir a vida útil dos produtos. Essa prática é denominada como obsolescência programada/planejada.

O consumo em massa foi estimulado nos países que foram destruídos pela Segunda Guerra Mundial, com o fim de recuperar o mercado que estava falido. Os produtos que eram fabricados para durarem muitos anos, agora, já eram criados com o tempo de vida útil reduzido. A todo tempo eram lançados no mercado produtos diversos, o que estimulava o consumidor pela busca do mais novo, o mais atual e com design moderno. Assim nasce o hiperconsumo.

O hiperconsumo juntamente com a obsolescência programada fez com que o consumidor necessitasse de uma proteção especial. As práticas abusivas dos fornecedores não poderiam continuar impunes.

A tutela do consumidor foi garantida por mandamento constitucional expresso conforme arts. 5.º, XXXII; art. 170, V; e art. 48 ADCT da CF/1988. Nasce a legislação especial do consumidor, que foi denominada como Código de Defesa do Consumidor.

Assim, se decorrente da relação de consumo o consumidor sofrer danos ou se os produtos que forem adquiridos por esse estiverem eivados de vício, poderá este requerer a tutela do Estado-Juiz. Porém, essa tutela tem prazos prescricionais e decadências, que deverão ser observados pelo detentor do direito.

Além disso, a prática da obsolescência programada enche o planeta terra de resíduos sólidos que não têm destinação final para reciclagem, de modo que o fornecedor deve ser responsabilizado pelo pós-consumo desses produtos.

2. A SOCIEDADE DO HIPERCONSUMO

A Revolução Industrial foi a responsável por expandir a capacidade de produção do ser humano.

O primeiro ciclo da era do consumo de massa, que começou por volta dos anos de 1880 e terminou com a Segunda Guerra Mundial. A primeira fase se caracteriza pela expansão dos pequenos mercados locais, para grandes mercados nacionais, sendo responsáveis por tal expansão as infraestruturas modernas de transporte e de comunicação: estradas de ferros, telégrafo, telefone. As redes ferroviárias permitiram o desenvolvimento do comércio em grande escala, por conseguir transportar quantidades volumétricas de produtos em pouco tempo.

Foi na primeira fase também que a produção em massa alcançou seu marco, visto que era contínua a elaboração de máquinas de fabricação, elevando a velocidade e a quantidade de produtos. Assim, as produções contínuas das máquinas permitiram produzir enormes quantidades de mercadorias, que foram distribuídas em escala nacional, a preço unitário muito baixo, “a época vê o nível de consumo elevar-se, a estrutura do consumo modificar-se, a compra de bens duráveis espalharem-se em todos os meios [...], o consumo de bens duráveis progride 10,3% ao ano em volume.” (LIPOVETSKY, 2007, p. 32)

Desta maneira, nasce uma nova filosofia comercial: vender em maior quantidade, com uma margem de lucro baixa. Conseqüentemente os produtos duráveis e não duráveis foram colocados em alcance em massa, tornando-se acessíveis a maior número de pessoas, de todas as classes sociais, “ao desenvolver a produção em massa, a primeira fase inventou o marketing de massa bem como o consumidor moderno”. (LIPOVETSKY, 2007, p.29)

Logo, a segunda fase do consumo era classificada como “sociedade de abundância”. O poder de compra pelo consumidor foi o grande apogeu da segunda fase. Sendo caracterizado como o mais puro modelo da sociedade de consumo em massa. Ensina Lipovetsky (2007, p. 32):

Se a fase I começou a democratizar a compra dos bens duráveis, a fase II aperfeiçoou esse processo, pondo à disposição de todos, ou de quase todos, os produtos emblemáticos da sociedade de afluência: automóvel, televisão, aparelhos domésticos.

Foi nesta fase que o poder discricionário em comprar atingiu as mais variadas classes sociais que existiam na época, ou seja, “o cidadão consumidor passou a ter acesso a uma demanda material mais psicologizada e mais individualizada, a um modo de vida (bens duráveis, lazeres, férias, moda) antigamente associado às elites sociais.” (LIPOVETSKY, 2007, p. 33)

Ao longo dessa fase se edificaram políticas das diversificações dos produtos, bem como o processo visando reduzir o tempo de vida útil dos objetos pela renovação avançada de seus modelos e estilos. Progrediu deste modo para uma fase denominada por uma lógica econômica e técnica mais quantitativa que qualitativa.

A sociedade do hiperconsumo, denominada como sendo a terceira fase do consumo em massa, nasce por volta fim dos anos de 1970, na segunda metade do século XX, e foi considerada como a “civilização do desejo”. Essa revolução do consumo está ligada a nova orientação do capitalismo, que foi responsável pela instigação contínua da demanda, da mercantilização e da multiplicação indefinida das necessidades. “O capitalismo de consumo tomou o lugar das economias de produção”. (LIPOVETSKY, 2007, p. 11).

Esse modelo de consumo mercantil passou a se ordenar em função de critérios individuais: gostos e fins. Segundo o autor “das coisas, esperamos menos que nos classifiquem em relação aos outros e mais que nos permitam ser mais independentes e mais móveis, sentir sensações, viver experiências, melhorar nossa qualidade de vida, conservar juventude e saúde.” (LIPOVETSKY, 2007, p. 42),

O consumismo na terceira fase acredita que se vive mais, e em melhor forma, com melhores condições materiais. O gosto pelas novidades mudou de sentido, agora ela tinha o valor experiencial, e não mais de promover um status ao consumidor. O gosto pela mudança expandiu-se em todas as camadas e em todas as categorias de idade.

O objeto passa a ser o alicerce da identidade do indivíduo consumidor, e é através do consumo que exercemos as individualidades de nossas identidades. “O homem se reconhece nas mercadorias.” (VOLLI, 2006; p. 215).

O hiperconsumo foi amparado pela nova ideia de melhoramento contínuo das condições de vida, o bem-estar se tornou o maior objetivo em massa dos consumidores. Segundo Lipovetsky, passamos de uma economia centrada na oferta a uma economia centrada na procura. (LIPOVETSKY, 2007, p. 12).

É assim que a era do capitalismo se estrutura em uma relação bilateral entre consumidor e ofertante, sendo o consumidor o centro dessa relação. Ensina Lipovetsky (2007, p. 14):

De um consumidor sujeito às coerções sociais da posição, passou-se a um hiperconsumidor à espreita de experiências emocionais e de maior bem-estar, de qualidade de vida e de saúde, de marcas e de autenticidade, de imediatismo e de comunicação. O consumo intimizado tomou o lugar do consumo honorífico, em um sistema em que o comprador é cada vez mais informado e infiel, reflexivo e “estético”.

E é nesse contexto que nos encontramos, na sociedade do hiperconsumo, o consumidor, em busca da felicidade constante, consome desenfreadamente, enquanto o fornecedor busca o crescimento de seu lucro, produzindo cada vez mais produtos capazes de instigar a vontade de consumir dos consumidores. Sobre esta sociedade, narra Weschenfelder (2010, p. 107):

[...] O consumidor passa do consumo de produtos e serviços, necessários à vida, ao consumismo, que é “ato, efeito, fato ou prática de consumir – ‘comprar em demasia’, ou ainda, o “consumo ilimitado de bens duráveis, especialmente artigos supérfluos”, de forma que o consumismo se caracteriza por um consumo em demasia e desnecessário de produtos e serviços. A pessoa consome o que não precisaria consumir. No sistema individualista/mercantilista, na sociedade do hiperconsumo, produz-se e alguém tem de consumir. O sistema de produção, para maximizar os lucros, existe e vive na razão direta do consumismo quando deveria ser suficiente a produção para o consumo. Para haver o consumismo, cria-se o desejo e a necessidade de adquirir produtos e serviços, mesmo sem precisar, tudo para buscar felicidade. Passa-se ao consumidor a ideia – que ele aceita a introjeta como norma absoluta e inviolável de conduta, individual e social – de que não é o consumo, mas o consumismo de produtos e serviços que é fator de felicidade da pessoa.

Pode-se observar na sociedade mercantil um novo círculo que gera a felicidade, veja-se a insatisfação leva à descartabilidade dos produtos, onde será necessária a compra/consumo de outro bem para satisfazer as vontades dos consumidores.

A mídia tem o papel importante para nos levar a acreditar que não temos os produtos adequados para “sermos” felizes e realizados individualmente.

Por fim, o cenário em que vivemos hoje nos estimula o consumo com a falsa ideia do bem-estar artificial, consumir é uma forma de ter, e se sobrepõe ao ser. Isto é, somos levados a consumir cada vez mais, porque logo o consumo anterior perderá o sentimento de satisfação que foi criado ao consumidor no ato do

consumo. “Os consumidores modernos podem identificar-se pela fórmula: eu sou = o que tenho e o que consumo” (FROMM, 2008), e portando “é na busca da felicidade que a pessoa confundiu os caminhos do ser e do ter”.(WESCHENFELDER, 2010, p. 105)

Antes, tais relações de consumo não eram tuteladas como hoje, os fornecedores eram praticamente irresponsabilizados pelos danos causados nessa relação. Diante disso, passa-se a analisar o que é uma relação de consumo e qual norma jurídica dará a devida proteção a estes sujeitos que se enquadram como consumidores.

2.1 RELAÇÃO DE CONSUMO

Com o passar dos tempos às relações de consumo foram crescendo, por consequência do hiperconsumo. Todavia o homem, com o intuito de garantir sua subsistência e a satisfação de suas necessidades, precisou interagir com os ofertantes, com a finalidade de adquirir bens e serviços.

Foi necessária que essa relação ganhasse uma proteção especial, por causa da sua elevada expansão, assim sendo, a Constituição Federal “é a origem da codificação tutelar dos consumidores no Brasil”. (BENJAMIM, MARQUES & BESSA, 2013, p. 33). Nasce a Lei 8.078/90, que é o Código de Defesa do Consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor foi publicado somente na data de 11 de setembro de 1990, sabendo-se que a Constituição já teria dado seu mandamento acerca de tal legislação desde 05 de outubro 1988, conforme artigo 5 da Constituição Federal e art. 48 da ADCT. Foi graças aos movimentos consumeristas brasileiros que, desde 1980, encontros nacionais de entidades de defesa e proteção do consumidor contribuíram imensamente para a implementação desse direito no plano constitucional.

Ao analisar o artigo 1º do Código de Defesa do Consumidor, percebe-se que sua promulgação se deve a mandamento constitucional expresso:

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

A Constituição Federal de 1988, é o marco principal de reconstrução deste direito privado, é um direito social solidário que se preocupou com os vulneráveis. Portanto, “[...] a Constituição é um ápice e guia de todo o direito, privado e público, este deve ser interpretado conforme a Constituição e seus valores.” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p. 37).

A norma constitucional do art. 5º foi o início da defesa ao consumidor, assim “a Constituição é a garantia e o limite de um direito privado construído sob seu sistema de valores, o qual inclui a defesa do consumidor (art. 5.º, XXXII; art. 170, V; e art. 48 ADCT-CF/1988)”. (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p. 90).

O art. 5º, XXXII no diz que:

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.

Devemos destacar a importância do art. 5º da Constituição para o indivíduo consumidor, pois é um direito que está incluído no rol dos direitos fundamentais e expresso em norma, ou seja, não está apenas implícito. É um direito de garantia individual, um direito fundamental, que não pode ser abolido conforme artigo 60, § 4º, IV da Constituição Federal:

Art. 60. A Constituição poderá ser emendada mediante proposta:
§ 4º Não será objeto de deliberação a proposta de emenda tendente a abolir:
IV - os direitos e garantias individuais.

O doutrinador Sergio C. Filho (2014, p. 11) nos ensina que:

Promover a defesa do consumidor não é uma mera faculdade, mas sim um dever do Estado. Mais do que uma obrigação, é um imperativo constitucional. E se é um dever do Estado, por outro lado é uma garantia fundamental do consumidor.

O art. 5º da Constituição se trata de cláusula pétrea. No Recurso Extraordinário nº 351.750, o Ministro Cezar Peluso menciona a importância dessa garantia fundamental que é responsável por promover a proteção ao consumidor, assim:

A defesa do consumidor, além de objeto de norma constitucional, é direito fundamental (art.5º, XXXII), de modo que não pode ser restringida por regra

subalterna, nem sequer por Emenda Constitucional, enquanto inserta em cláusula pétrea (art.60º, §4º, inc. V).

Referida preocupação com o consumidor também é detectada no texto do artigo 170, inciso V da Constituição Federal, que dispõe nos seguintes termos:

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.

O Estado também é responsável por tutelar o consumidor na esfera econômica e financeira. Em plena concordância com o mandamento constitucional do art. 170, o Ministro do STF Celso Mello prolatou em voto no julgamento da ADin nº 2.591/2001:

Cumpre reiterar, bem por isso, a afirmação de que a função tutelar resultante da cláusula constitucional de proteção aos direitos do consumidor projeta-se, também, na esfera relativa à ordem econômica e financeira, na medida em que essa diretriz básica apresenta-se como insuprimível princípio conformador da atividade econômica (CF, art.170, V). Dentro dessa perspectiva, a edição do Código de Defesa do Consumidor-considerados os valores básicos concernentes à proteção da vida, da saúde e da segurança, e relativos à liberdade de escolha, à igualdade nas contratações, ao direito à informação e à proteção contra publicidade enganosa, dentre outros – representou a materialização e a efetivação dos compromissos assumidos, em tema de relações de consumo, pelo Estado brasileiro.

Por fim, o constituinte determinou no art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, a elaboração do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 48 O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

Nasce para o consumidor o direito a ser tutelado, com regras de direito para sua melhor interpretação e aplicação, conforme nos ensina o doutrinador Sergio C. Filho (2014, p.12):

Concebido formalmente como código, o Código de Defesa do Consumidor é um sistema de regras de direito logicamente unidas, compreendendo todos os princípios cardiais do nosso direito do consumidor, todos os seus conceitos fundamentais e todas as normas e cláusulas gerais para a sua interpretação e aplicação.

O direito do consumidor se tornou desse modo o conjunto de normas e princípios especiais, que diante do triplo mandamento constitucional, seria

sistematizado um código que fosse capaz de reunir e organizar as normas tutelares, com base na ideia de proteção do sujeito de direito.

Conforme mandamento constitucional a defesa do consumidor se dará pelo o Estado-Juiz, o Estado- Executivo e o Estado-Legislativo, assim “ é um direito fundamental (direito humano de nova geração, social e econômica) a uma prestação protetiva do Estado, a uma atuação positiva do Estado, por todos os seus poderes: Judiciário, Executivo, Legislativo. (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.33)

O doutrinador Antônio Carlos Efiging (2005, p.16) leciona que:

A elevação da proteção do consumidor à norma constitucional representou uma quebra de paradigma, à medida que o Estado não apenas reconheceu e garantiu os direitos do homem enquanto consumidor, mas o inseriu no plano mais alto da hierarquia normativa. A tutela do consumidor, resguardada pelo princípio da supremacia constitucional, torna-se fundamento do sistema, mandamento nuclear, diretriz a ser seguida por todas as normas infraconstitucionais.

O Código de Defesa do Consumidor teve como ideia principal implantar uma Política Nacional de Consumo, por meio de normas de ordem pública e interesse social, que está expresso no art. 4º do CDC:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

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

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

a) por iniciativa direta;

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

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

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

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

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

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

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida

de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;
 VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;
 VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

O doutrinador Sergio C. Filho (2014, p. 24) cita o pensamento do Ministro do STF Eros Grau, que vê o art. 4º do CDC como:

Uma norma-objeto de eficácia plena, absoluta, inquestionável, indiscutível. Não se encaixa no modelo tradicional de norma de conduta, nem no de norma de organização, já que dispõe sobre os meios a serem ativados para que os resultados dessa “política nacional” sejam alcançados (obrigação de meio), indicando, porém, quais são esses resultados, isto é, define os fins (obrigação de resultado).

Conforme o art. 4º, a Política Nacional de Relações de Consumo teve como fundamento as ideias de harmonização, compatibilização, viabilização e equilíbrio das ditas relações de consumo.

Sergio C. Filho (2014, p. 25) nos ensina que “a proteção do consumidor deve ser na exata medida do necessário para compatibilizar o desenvolvimento econômico e tecnológico do qual necessita toda a sociedade e equilibrar as relações entre consumidores e fornecedores. ”

O objetivo principal do CDC não é desequilibrar a relação de consumo em favor do consumidor, mas sim harmonizar os interesses tanto de consumidor, tanto do fornecedor. Assim entende Sergio C. Filho (2014, p. 25, apud, JUNIOR, 2002, p.2):

O jurista, portanto, ao interpretar o Código de Defesa do Consumidor não pode deixar de focá-lo em todas as suas dimensões: não pode tê-lo como se fosse somente uma declaração paternalista em prol de contratantes incapazes de autogerirem seus próprios negócios. Da boa e correta aplicação das leis de consumo depende o desenvolvimento econômico e social que está por trás das relações de consumo de mercado e de cujo êxito pressupõe o progresso da sociedade brasileira como um todo.

É uma lei especial, em razão de seus destinatários, que volta sua tutela para o mais fraco no polo do consumo. Com a pura finalidade de prevenir abusos e reparar os danos sofridos advindos da relação jurídica de consumo, busca-se assim a igualdade material entre as partes, tratando o desigual de maneira diferente.

Rui Barbosa (1920), em seu discurso oração aos moços, destacou a importância de se igualar os desiguais:

A regra da igualdade não consiste senão em quinhonar desigualmente aos desiguais, na medida em que se desiguam. Nesta desigualdade social, proporcionada à desigualdade natural, é que se acha a verdadeira lei da igualdade. O mais são desvarios da inveja, do orgulho, ou da loucura. Tratar com desigualdade a iguais, ou as desiguais com igualdade, seria desigualdade flagrante, e não igualdade real. Os apetites humanos conceberam inverter a norma universal da criação, pretendendo, não dar a cada um, na razão do que vale, mas atribuir o mesmo a todos, como se todos se equivalessem.

Esse é motivo real da existência do CDC, os autores aludem que “é um direito privado complexo, que diferencia subjetivamente para proteger os mais fracos, mas que valora a presença no outro polo da relação contratual ou extracontratual de um sujeito leigo ou expert [...]” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013).

No entendimento doutrinário, “o CDC seria um Código geral sobre o consumo, um Código para a sociedade de consumo, o qual institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores.” (GRINOVER, et al., 2007, p.35)

Uma relação jurídica nasce quando ocorre um fato que estava previsto na norma em abstrato, tornando-se um fato jurídico. É assim que nasce uma relação jurídica de consumo, quando esse fato deixa a norma em abstrato e se torna concreto na esfera do indivíduo.

Os elementos que particularizam a relação de consumo são: um consumidor e um fornecedor de produtos e serviços.

Nunes explica que “haverá relação jurídica de consumo sempre que se puder identificar num dos polos da relação o consumidor, no outro, o fornecedor, ambos transacionando produtos e serviços.” (NUNES, 2013, p. 120)

Reconhecer a existência de uma relação de consumo é o primeiro passo para a aplicação das normas previstas pelo Código de Defesa do Consumidor. E para melhor conhecimento, passaremos analisar quem são os sujeitos dessa relação.

2.1.1 Consumidor e a Teoria do Finalismo Aprofundado

O consumidor é o sujeito de direito classificado pelo CDC, em seu art. 2º como sendo toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

O artigo acima mencionado traz a definição de consumidor em sentido estrito, o autor menciona que “assim, conforme tipificado, consumidor *stricto sensu* é aquele que adquire o produto ou serviço para atender a necessidade própria ou de terceiro, enquanto destinatário final, não o recolocando na cadeia produtiva, no mercado de consumo.” (MELO, 2008, p.33)

Desse modo, será considerado como consumidor todo aquele que compra um produto ou adquirir um serviço, sendo este o destinatário final, isto é, sem a intenção de se obter lucro com tal produto e serviço. Nesse mesmo raciocínio, assim Grinover, et al. (2007, p.32):

Entende-se por consumidor qualquer pessoa física ou jurídica que, isolada ou coletivamente, contrate para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou a locação de bens, bem como a prestação de um serviço.

Luiz Antônio R. Nunes (2012, p. 122) salienta que:

Evidentemente, se alguém adquire produto não como destinatário final, mas como intermediário do ciclo de produção, não será considerado consumidor. Assim, por exemplo, se uma pessoa — física ou jurídica — adquire calças para revendê-las, a relação jurídica dessa transação não estará sob a égide da Lei n. 8.078/90.

Nota-se que identificar o consumidor em uma relação de consumo e dar-lhe a devida proteção e garantia de seus direitos é uma atividade complexa, pois o art. 2º do CDC, quando o classifica como sendo destinatário final, gera controvérsias tanto na doutrina como na jurisprudência, pois bastaria que o produto fosse retirado da cadeia de produção, para que tal sujeito fosse considerado como aquele destinatário final do art. 2º do CDC.

Com a entrada do CDC em vigor, o termo destinatário final que é utilizado pela norma especial, era interpretado de maneira extensa, na medida em que todos os sujeitos da relação de consumo eram tutelados. Porém, tal entendimento estava indo contra a real finalidade para que o CDC foi criado, a proteção da parte vulnerável da relação, que é o sujeito consumidor.

O autor Sergio C. Filho (2014, p.67), em total discordância com mencionada visão extensa do termo destinatário final do art. 2º do CDC, nos diz que:

Tal entendimento, entretanto estava em rota de colisão com a finalidade do CDC, contra sua própria razão de ser, que, como já vimos, é proteger a parte vulnerável nas relações de consumo. E transformar o direito do consumidor em direitos de consumo importa em retirar dele toda a sua função protetiva. Na realidade, se ele protege a todas as partes da relação de consumo- o consumidor e fornecedor- acaba não protegendo ninguém. "Todos são especiais" é o mesmo que dizer que ninguém é.

Há também que se falar naqueles que interpretavam o art. 2º do Código do Consumidor sob a noção subjetiva de quem poderia ser considerado o destinatário final da relação de consumo. Nesse entendimento subjetivo, as pessoas jurídicas não poderiam ser consideradas como consumidores. Somente se caracterizava destinatário final o consumidor não profissional se relacionando com um profissional, comerciante, empresário, industrial ou profissional liberal. Assim, " [...] dessa maneira, estariam excluídos do âmbito de proteção do CDC todos os contratos concluídos entre dois profissionais e entre duas pessoas jurídicas comerciais, pois estariam agindo com fim de lucro." (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.93)

Essa noção subjetiva acerca do destinatário final nasceu na França e na Alemanha, nesses países somente recebe a proteção como consumidor a pessoa física, de modo que as pessoas jurídicas são excluídas do âmbito dessa garantia.

Com a intenção de definir o consumidor e especificar claramente quem merece ser amparado por essa tutela, e quem não precisa dela, quem é consumidor e quem não é, o Direito Brasileiro cria a teoria do finalismo aprofundado.

Essa é a teoria majoritária na jurisprudência brasileira, que baseia-se na vulnerabilidade do consumidor frente ao fornecedor, e também observar a destinação final que o produto terá em cada cadeia de consumo. Essa destinação final deve ser olhada pelo plano econômico, o produto ou o serviço, não podendo ser meios de outra atividade econômica que terá lucro sobre aquele produto ou serviço. Conforme os pensamentos de Sergio C. Filho (2014, p.68):

Não se admite, desarte, que o consumo se faça com vista a incrementação de atividade profissional lucrativa, e isto, ressalte-se, quer se destine o bem ou serviço à revenda ou à integração do processo de transformação, beneficiamento ou montagem de outros bens ou serviços, quer simplesmente passe a compor o ativo fixo do estabelecimento empresarial. Consumidor, em síntese, é aquele que põe fim a um processo econômico.

O Superior Tribunal do Justiça vem se posicionando acerca da mencionada teoria, com o único fim de identificar proteger quem realmente necessita de proteção, observe:

AGRAVO REGIMENTAL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. NÃO CARACTERIZAÇÃO DE RELAÇÃO DE CONSUMO. TEORIA FINALISTA. CONSUMIDOR COMO DESTINATÁRIO FINAL. VULNERABILIDADE TÉCNICA DA PESSOA JURÍDICA. VERIFICAÇÃO. IMPOSSIBILIDADE. REEXAME DO CONJUNTO FÁTICO-PROBATÓRIO. SÚMULA 7/STJ. 1. **A jurisprudência desta Corte Superior consagrou o entendimento de que, via de regra, consumidor é o destinatário final do produto ou serviço (teoria finalista ou subjetiva).** 3. AGRAVO REGIMENTAL DESPROVIDO. (STJ - AgRg no Ag: 1248314 RJ 2009/0215953-2, Relator: Ministro PAULO DE TARSO SANSEVERINO, Data de Julgamento: 16/02/2012, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 29/02/2012)

Outro entendimento jurisprudencial que aplica a teoria finalista no campo de consumo:

CONSUMIDOR. DEFINIÇÃO. ALCANCE. TEORIA FINALISTA. REGRA. MITIGAÇÃO. FINALISMO APROFUNDADO. CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO. VULNERABILIDADE. 1. **A jurisprudência do STJ se encontra consolidada no sentido de que a determinação da qualidade de consumidor deve, em regra, ser feita mediante aplicação da teoria finalista, que, numa exegese restritiva do art. 2º do CDC, considera destinatário final tão somente o destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa física ou jurídica.** 7. Recurso especial a que se nega provimento. (REsp 1195642/RJ, j. 13.11.2012, rel. Min Nancy Andrighi, T3- TERCEIRA TURMA)

Para essa teoria "o consumidor seria apenas aquele que adquire o bem para utilizá-lo em proveito próprio, satisfazendo uma necessidade pessoal e não para revenda ou então para acrescentá-lo à cadeia produtiva." (GRINOVER, et al., 2007, p.35).

Para Sergio C. Filho (2014, p.69):

O conceito de consumidor, na esteira do finalismo, portanto, restringe-se, em princípio, às pessoas, físicas ou jurídicas, não profissionais, que não visam lucro em suas atividades e que contratam com profissionais. Entende-se que não se há falar em consumo final, mas intermediário, quando um profissional adquire produto ou usufrui de serviço com o fim de, direta ou indiretamente, dinamizar ou instrumentalizar seu próprio negócio lucrativo.

Contudo, essa teoria sofreu certo abrandamento, na medida em que passou a reconhecer, excepcionalmente a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica de determinados consumidores profissionais, contudo, para que tutela ocorra, algumas das classificações de vulnerabilidade devem ser demonstradas no caso concreto.

Assim, serão analisadas algumas ementas do STJ, que analisando a teoria finalista considera algumas pessoas jurídicas como consumidores, e outras não,

devido a provas no caso concreto que os levaram a caracterizar tais pessoas no plano de consumo:

DIREITO DO CONSUMIDOR. **DEFINIÇÃO DE CONSUMIDOR E DE FORNECEDOR. NÃO CARACTERIZAÇÃO EMPRESA DE TRANSPORTE. RELEVÂNCIA, PARA A CONFIGURAÇÃO DA RELAÇÃO DE CONSUMO, DA DISPARIDADE DE PORTE ECONÔMICO EXISTENTE ENTRE PARTES DO CONTRATO DE FORNECIMENTO DE PEÇAS PARA CAMINHÃO EMPREGADO NA ATIVIDADE DE TRANSPORTE. IMPORTÂNCIA, TAMBÉM, DO PORTE DA ATIVIDADE PRATICADA PELO DESTINATÁRIO FINAL. SITUAÇÃO, ENTRETANTO, EM QUE, INDEPENDENTEMENTE ADEMAIS, DE RELAÇÃO DE CONSUMO, HÁ ELEMENTOS DE PROVA A EMBASAR A CONVICÇÃO DO JULGADOR DE QUE PEÇAS AUTOMOTIVAS FORNECIDAS E A CORRESPONDENTE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO NÃO TÊM DEFEITOS.**

III - O Código de Defesa do Consumidor define consumidor como a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, noção que, como a de fornecedor, é ideia-chave para a caracterização da relação de consumo. IV - O fato de a pessoa empregar em sua atividade econômica os produtos que adquire não implica, por si só, desconsiderá-la como destinatária final e, por isso, consumidora. No entanto, é preciso considerar a excepcionalidade da aplicação das medidas protetivas do CDC em favor de quem utiliza o produto ou serviço em sua atividade comercial. Em regra, a aquisição de bens ou a utilização de serviços para implementar ou incrementar a atividade negocial descaracteriza a relação como de consumo.

VI - Recurso Especial improvido.

(STJ - REsp: 1038645 RS 2008/0051397-6, Relator: Ministro SIDNEI BENETI, Data de Julgamento: 19/10/2010, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 24/11/2010)

DIREITO CIVIL. RECURSO ESPECIAL. SEGURO DE TRANSPORTE DE MERCADORIA. FATOS OCORRIDOS ANTES DA VIGÊNCIA DO CÓDIGO CIVIL DE 2002, QUE PASSOU A REGULAR O TRANSPORTE DE PESSOAS E COISAS. SINISTRO. INDENIZAÇÃO. SUB-ROGAÇÃO. SEGURADORA ASSUME A POSIÇÃO DA SEGURA DA.RELAÇÃO MERCANTIL. INAPLICABILIDADE DAS REGRAS DO CDC.

2. No entanto, a relação jurídica existente entre a segurada e a transportadora ostenta nítido caráter mercantil, não podendo, em regra, ser aplicada as normas inerentes às relações de consumo, pois, segundo apurado pela instância ordinária, "o segurado utilizou a prestação de serviço da ré transportadora como insumo dentro do processo de transformação, comercialização ou na prestação de serviços a terceiros; não se coadunando, portanto, com o conceito de consumidor propriamente dito, mas sim pretendendo a exploração da atividade econômica visando a obtenção do lucro".

4. Recurso especial não conhecido.

(STJ - REsp: 982492 SP 2007/0206824-7, Relator: Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, Data de Julgamento: 27/09/2011, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJe 17/10/2011)

EMBARGOS DE DECLARAÇÃO RECEBIDOS COMO AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. COMPETÊNCIA.

3. AUSÊNCIA DE VIOLAÇÃO AOS ARTIGOS 2º, 3º, E 101, I, DA LEI Nº. 8.078/90 DO CDC. Não caracterização de relação de consumo. Teoria

finalista. Consumidor como destinatário final. Relação entre empresa de transporte de pessoas ou cargas e concessionária de rodovia.

5. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO RECEBIDOS COMO AGRAVO REGIMENTAL A QUE SE NEGA PROVIMENTO.

(STJ - EDcl no REsp: 1196541 RJ 2010/0098806-7, Relator: Ministro PAULO DE TARSO SANSEVERINO, Data de Julgamento: 03/03/2011, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 15/03/2011)

ADMINISTRATIVO E PROCESSUAL CIVIL. RESTITUIÇÃO EM DOBRO DE PAGAMENTO FEITO A MAIOR. INCIDÊNCIA DO CDC. ACÓRDÃO DECIDIDO COM BASE EM DIREITO LOCAL. IMPOSSIBILIDADE DE EXAME POR MEIO DE APELO EXCEPCIONAL. AGRAVO REGIMENTAL PROVIDO PARA NÃO CONHECER DO RECURSO ESPECIAL.

1. "O Condomínio utiliza a água fornecida para consumo das pessoas que nele residem, e não como produto de comercialização, nesse sentido, é destinatário final da água, está inserido no conceito de consumidor e submetido à relação de consumo, devendo, portanto, ser observados os ditames do Código de Defesa do Consumidor". (REsp 1.023.862 Rel. Min. Humberto Martins, DJe 22/04/2009). Precedentes: AgRg no REsp 1.119.647/RJ, Segunda Turma, Rel. Min. Herman Benjamin, DJe 04/03/2010. REsp 650791/RJ, Segunda Turma, Rel. Min. Castro Meira, DJ 20/04/2006. 4. Agravo regimental não provido (AgRg no Ag 961.132/SP, Rel. Min. MAURO CAMPBELL MARQUES, DJe 05.08.2010).

AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL. CONTRATO BANCÁRIO. AÇÃO REVISIONAL. RECURSO QUE NÃO LOGRA INFIRMAR OS FUNDAMENTOS DA DECISÃO AGRAVADA. PRODUÇÃO DE PROVA PERICIAL. CERCEAMENTO DE DEFESA. INEXISTÊNCIA. APLICAÇÃO DO CDC À PESSOA JURÍDICA. INCREMENTO DA ATIVIDADE NEGOCIAL. IMPOSSIBILIDADE. **Na hipótese de aquisição de bens ou de utilização de serviços, por pessoa natural ou jurídica, com o escopo de implementar ou incrementar atividade comercial, inexistente relação de consumo, razão pela qual descabe a aplicação do CDC. Súmula n. 83 do STJ. 4. Agravo regimental desprovido.**

(STJ - AgRg no REsp: 1049012 MG 2008/0081168-8, Relator: Ministro JOÃO OTÁVIO DE NORONHA, Data de Julgamento: 25/05/2010, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJe 08/06/2010)

DIREITO CIVIL E DIREITO DO CONSUMIDOR. CLÍNICA DE ONCOLOGIA. COMPRA DE MÁQUINA RECONDICIONADA, DE VENDEDOR ESTRANGEIRO, MEDIANTE CONTATO FEITO COM REPRESENTANTE COMERCIAL, NO BRASIL. PAGAMENTO DE PARTE DO PREÇO MEDIANTE REMESSA AO EXTERIOR, E DE PARTE MEDIANTE DEPÓSITO AO REPRESENTANTE COMERCIAL. POSTERIOR FALÊNCIA DA EMPRESA ESTRANGEIRA. CONSEQUÊNCIAS. APLICAÇÃO DO CDC. IMPOSSIBILIDADE. DEVOLUÇÃO DO PREÇO TOTAL PELO REPRESENTANTE COMERCIAL. IMPOSSIBILIDADE. DEVOLUÇÃO DA PARCELA DO PREÇO NÃO TRANSFERIDA AO EXTERIOR. POSSIBILIDADE. APURAÇÃO. LIQUIDAÇÃO.

1. A relação jurídica entre clínica de oncologia que compra equipamento para prestar serviços de tratamento ao câncer, e representante comercial que vende esses mesmos equipamentos, não é de consumo, dada a adoção da teoria finalista acerca da definição das relações de consumo, no julgamento do REsp 541.867/BA (Rel. Min. Barros Monteiro, Segunda Seção, DJ de 16/5/2005). (Resp 1173060, j.16.10.2012, rel. Min. Nancy Andrighi)

GRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. EMBARGOS DO DEVEDOR. EXECUÇÃO. CÉDULA DE CRÉDITO INDUSTRIAL. CAPITALIZAÇÃO MENSAL DOS JUROS. MULTA MORATÓRIA. RELAÇÃO DE CONSUMO. INEXISTÊNCIA. DEVOLUÇÃO EM DOBRO. DESCABIMENTO. **2.- O critério adotado para determinação da condição de consumidora da pessoa jurídica é o finalista. Desse modo, para caracterizar-se como consumidora, a pessoa jurídica deve ser destinatária final econômica do bem ou serviço adquirido.** 5.- Agravo Regimental improvido. (AgRg nos EDcl no Resp 1281164/SP, j. 22.05.2012, rel. Min. Sidnei Beneti, Dje 04.06.2012)

Código de Defesa do Consumidor. Destinatário final: conceito. Compra de adubo. Prescrição. Lucros cessantes. 1. **A expressão "destinatário final", constante da parte final do art. 2º do Código de Defesa do Consumidor, alcança o produtor agrícola que compra adubo para o preparo do plantio, à medida que o bem adquirido foi utilizado pelo profissional, encerrando-se a cadeia produtiva respectiva, não sendo objeto de transformação ou beneficiamento.** (...) 4. Recurso especial não conhecido.

(STJ - REsp: 208793 MT 1999/0025744-8, Relator: Ministro CARLOS ALBERTO MENEZES DIREITO, Data de Julgamento: 18/11/1999, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJ 01.08.2000 p. 264 RDR vol. 18 p. 337 RT vol. 787 p. 202)

Recurso Especial. Código de Defesa do Consumidor. Prestação de serviços. Destinatário final. Juízo competente. Foro de eleição. Domicílio do autor. - **Inserir-se no conceito de "destinatário final" a empresa que se utiliza dos serviços prestados por outra, na hipótese em que se utilizou de tais serviços em benefício próprio, não os transformando para prosseguir na sua cadeia produtiva.** - Recurso especial conhecido e provido.

(STJ - REsp: 488274 MG 2002/0174936-6, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 22/05/2003, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: --> DJ 23/06/2003 p. 367 RDDP vol. 6 p. 227 RJADCOAS vol. 49 p. 119 RSTJ vol. 178 p. 268)

Contudo, sendo pessoa jurídica ou física, a tutela que o CDC proporciona no campo da relação de consumo “só existe porque o consumidor é parte vulnerável nas relações contratuais no mercado” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.93) como afirma o próprio CDC no art. 4º, inciso I:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

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

O princípio da vulnerabilidade é o ponto de partida da Lei 8.078/1990, pois nas relações de consumo trabalha-se com a noção de desequilíbrio entre os contratantes, e, por esta razão, o ordenamento jurídico dispõe de normas que visam proteger o consumidor, parte mais vulnerável nas relações consumeristas.

Ainda no campo doutrinário, “a sociedade industrial engendrou uma nova concepção de relações contratuais que têm em conta a desigualdade de fato entre os contratantes.” (GRINOVER, et al., p. 137 apud CAS, 2007, p.9)

Frisa-se que o direito do consumidor, é um direito que trata os desiguais desigualmente, é um direito forte e protetor, desse modo, seu campo de aplicação é subjetivamente especial. A vulnerabilidade “é a peça fundamental do direito do consumidor, é o ponto de partida de toda a sua aplicação (...). ” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.97)

No pensamento do supracitado autor (2007, p.27):

Assim, embora destinatária final de tudo que é produzido em termos de bens e serviços, a comunidade de consumidores é sabidamente frágil em face da outra personagem das relações de consumo, donde pretender o Código de Consumidor estabelecer o necessário equilíbrio de forças.

Pode agravar-se a vulnerabilidade quando estamos diante consumidores como criança, idosos, assim como doentes ou com necessidade especiais. É assim que vem decidindo o STJ:

RECURSO ESPECIAL. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. ENVIO DE CARTÃO DE CRÉDITO NÃO SOLICITADO E DE FATURAS COBRANDO ANUIDADE. DANO MORAL CONFIGURADO. I - Para se presumir o dano moral pela simples comprovação do ato ilícito, esse ato deve ser objetivamente capaz de acarretar a dor, o sofrimento, a lesão aos sentimentos íntimos juridicamente protegidos. II - O envio de cartão de crédito não solicitado, conduta considerada pelo Código de Defesa do Consumidor como prática abusiva (art. 39, III), adicionado aos incômodos decorrentes das providências notoriamente dificultosas para o cancelamento cartão causam dano moral ao consumidor, mormente em se tratando de pessoa de idade avançada, próxima dos cem anos de idade à época dos fatos, circunstância que agrava o sofrimento moral. Recurso Especial não conhecido (STJ - REsp: 1061500 RS 2008/0119719-3, Relator: Ministro SIDNEI BENETI, Data de Julgamento: 04/11/2008, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: --> DJe 20/11/2008, --> DJe 20/11/2008)

A esfera consumerista enumera e nos diz quais são os tipos de vulnerabilidade detectados no dia a dia na relação de consumo. Para a doutrina são três os tipos de vulnerabilidade: a técnica, a jurídica, e a fática. Porém, existe mais uma modalidade de vulnerabilidade, aquela que está intrínseca no sujeito consumidor, a informacional. O STJ concorda com as quatro classificações, e nos diz que em situações reais, outras formas de vulnerabilidade podem surgir:

CONSUMIDOR. DEFINIÇÃO. ALCANCE. TEORIA FINALISTA. REGRA. MITIGAÇÃO.FINALISMO APROFUNDADO. CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO. VULNERABILIDADE. **4. A doutrina tradicionalmente aponta a existência de três modalidades de vulnerabilidade: técnica (ausência de conhecimento específico acerca do produto ou serviço objeto de consumo), jurídica (falta de conhecimento jurídico, contábil ou econômico e de seus reflexos na relação de consumo) e fática (situações em que insuficiência econômica, física ou até mesmo psicológica do consumidor o coloca em pé de desigualdade frente ao fornecedor).Mais recentemente, tem se incluído também a vulnerabilidade informacional (dados insuficientes sobre o produto ou serviço capazes de influenciar no processo decisório de compra).**

5. A despeito da identificação in abstracto dessas espécies de vulnerabilidade, a casuística poderá apresentar novas formas de vulnerabilidade aptas a atrair a incidência do CDC à relação de consumo. Numa relação interempresarial, para além das hipóteses de vulnerabilidade já consagradas pela doutrina e pela jurisprudência, a relação de dependência de uma das partes frente à outra pode, conforme o caso, caracterizar uma vulnerabilidade legitimadora da aplicação da Lei nº 8.078/90, mitigando os rigores da teoria finalista e autorizando a equiparação da pessoa jurídica compradora à condição de consumidora.

(REsp 1195642/RJ, j.13.11.2012, rel. Min. Nancy Andrighi, Dje 21.11.2012)

Acerca da vulnerabilidade que cerca a relação de consumo os autores Grinover, et al., (2007, p.69) destacam:

No âmbito da tutela especial o consumidor, efetivamente, é ele sem dúvida a parte mais fraca, vulnerável, se se tiver em conta que os detentores dos meios de produção é que detêm todo o controle do mercado, ou seja, sobre o que produzir, como e para quem produzir, sem falar-se na sua fixação de suas margens de lucro.

A vulnerabilidade técnica é classificada devido à falta de conhecimento específico do consumidor em relação ao produto adquirido. Sendo facilmente enganado quanto sua característica, quanto sua utilidade, e em matéria de serviço que o bem pode proporcionar. Frisa-se o autor Amaral Junior (v.6, p.28), que:

O consumidor é vulnerável porque não dispõe dos conhecimentos técnicos necessários para a elaboração dos produtos ou para a prestação dos

serviços no mercado. Por essa razão, o consumidor não está em condições de avaliar corretamente, o grau de perfeição dos produtos e serviço.

A vulnerabilidade técnica é presumida, tanto para o consumidor não profissional, mas também pode atingir o excepcionalmente o profissional destinatário final fático do bem, conforme entendimento Jurisprudencial cita os autores Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p.99), o REsp 142.042- RS, j. 11.11.1997, Min. Ruy Rosado de Aguiar:

É de consumo a relação a relação entre o vendedor de máquina agrícola e compradora que a destina à sua atividade no campo. Pelo vício de qualidade do produto respondem solidariamente do produto respondem solidariamente o fabricante e o revendedor (art.18 do CDC).

Essa vulnerabilidade técnica do profissional é exceção, não é regra, pois precisa de provas concretas que identifiquem se no ato do consumo tais profissionais serão os destinatários finais dos bens, ou seja, "essa vulnerabilidade está ligada à expertise, logo, à profissionalidade ou não do agente, sobre aquele produto ou serviço." (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.101)

Para identificarmos essa exceção do profissional, que poderá ser ou não ser amparado pelo CDC, é necessários observar a súmula do STJ, na qual nos diz que:

CIVIL. AÇÃO DECLARATÓRIA. CONTRATO DE PERMUTA. SACAS DE ARROZ POR INSUMO AGRÍCOLA (ADUBO). APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DESTINAÇÃO FINAL INEXISTENTE. I. **A Segunda Seção disciplinou que "A aquisição de bens ou a utilização de serviços, por pessoa natural ou jurídica, com o escopo de implementar ou incrementar a sua atividade negocial, não se reputa como relação de consumo e, sim, como uma atividade de consumo intermediária"** (REsp n. 541.867-BA, Rel. para acórdão Min. Barros Monteiro, DJU de 16/05/2005). II. Recurso especial não conhecido. (STJ - REsp: 1014960 RS 2007/0304825-0, Relator: Ministro ALDIR PASSARINHO JUNIOR, Data de Julgamento: 02/09/2008, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: --> DJe 29/09/2008)

O STJ vem decidindo em relação à pessoa jurídica que compra ou utiliza serviços, podem ser ou não ser consideradas consumidoras, nota-se em seu julgado em 16/02/2009, CC 92519/SP, pelo Rel. Ministro FERNANDO GONÇALVES, SEGUNDA SEÇÃO, DJe 04/03/2009, a pessoa jurídica não foi considerada consumidora frente ao CDC:

2. Para que o consumidor seja considerado destinatário econômico final, o produto ou serviço adquirido ou utilizado não pode guardar qualquer conexão, direta ou indireta, com a atividade econômica por ele desenvolvida; o produto ou serviço deve ser utilizado para o atendimento de uma necessidade própria, pessoal do consumidor. 3 - No caso em tela, não se verifica tal circunstância, porquanto o serviço de crédito tomado pela pessoa jurídica junto à instituição financeira de certo foi utilizado para o fomento da atividade empresarial, no desenvolvimento da atividade lucrativa, de forma que a sua circulação econômica não se encerra nas mãos da pessoa jurídica, sociedade empresária, motivo pelo qual não resta caracterizada, in casu, relação de consumo entre as partes.

No REsp 733.560-RJ, julgado em 11.04.2006 pela 3ª Turma, tendo como Rel. Min. Nancy Andrighi, foi detectada a vulnerabilidade da pessoa jurídica, com isso a torna-se a mesma consumidora dessa relação:

CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. PESSOA JURÍDICA. SEGURO CONTRA ROUBO E FURTO DE PATRIMÔNIO PRÓPRIO. APLICAÇÃO DO CDC. - O que qualifica uma pessoa jurídica como consumidora é a aquisição ou utilização de produtos ou serviços em benefício próprio; isto é, para satisfação de suas necessidades pessoais, sem ter o interesse de repassá-los a terceiros, nem empregá-los na geração de outros bens ou serviços. - Se a pessoa jurídica contrata o seguro visando a proteção contra roubo e furto do patrimônio próprio dela e não o dos clientes que se utilizam dos seus serviços, ela é considerada consumidora nos termos do art. 2.º do CDC. Recurso especial conhecido parcialmente, mas improvido.

Nota-se, conforme julgado acima, que a pessoa jurídica somente será considerada vulnerável perante a outra pessoa jurídica, se ao consumir o produto suas intenções forem meramente pessoais, não com fins de obter lucro com o produto adquirido. Outro recurso que reconhece a pessoa jurídica como consumidora é o AgRg nos EDcl REsp: 866389-DF, julgado em 19.06.2008, tendo como rel. Min. Sidnei Beneti:

RECURSO ESPECIAL. AGRAVOS REGIMENTAIS. AÇÃO REVISIONAL. CÉDULA DE CRÉDITO RURAL. INCIDÊNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. FIXAÇÃO DOS HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS. I - **Aplica-se o Código de Defesa do Consumidor aos contratos firmados entre instituições financeiras e agricultor, pessoa física, ainda que para viabilizar o seu trabalho como produtor rural.**

Nesse caso o produtor rural, que demanda uma ação frente ao banco, foi considerado consumidor pela falta da expertise em serviços financeiros, e sua vulnerabilidade foi comprovada in concreto.

Ainda em conceito de vulnerabilidade, conforme doutrina nacional existe a vulnerabilidade jurídica ou científica, que é classificada como sendo a falta de conhecimentos jurídicos específicos, inclusive a falta de conhecimentos de contabilidade ou de economia. É presumida para o consumidor pessoa física – não profissional. Já para as pessoas jurídicas e para os profissionais, são presumidas de uma maneira diferente, se presume que estes tenham conhecimentos jurídicos mínimos e sobre a economia para poderem adquirir um produto ou exercer uma profissão, pois ao contrário das pessoas físicas - não profissionais, as pessoas jurídicas ou profissionais teriam a oportunidade de consultar advogados e profissionais especializados antes de contratar algum serviço ou adquirir um produto.

É de extrema importância o reconhecimento da vulnerabilidade jurídica para a pessoa física – não profissional, o fornecedor tem a obrigação de fornecer informações sobre o conteúdo do contrato. Dar clareza aos contratos é uma forma de proteger o consumidor dos inúmeros contratos que existem hoje em dia, principalmente aqueles que são massificados e os de adesão. E assim, os autores nos dizem que “no plano jurídico, todavia, a vulnerabilidade do consumidor manifesta-se na alteração dos mecanismos de formação dos contratos, que deu origem ao aparecimento e consolidação dos contratos de massa.” (BENJAMIM, MARQUES & BESSA 2013, pg.101 Apud JUNIOR, p.28-29)

O STJ concorda com a tese da vulnerabilidade jurídica, e ensina no REsp 196.516, j.07.12.2000, Min. Fátima Nancy Andrighi, que “tratando-se de contrato firmado entre a instituição financeira e pessoa física, é de se concluir que o agravado agiu com vistas ao atendimento de uma necessidade própria, isto é, atuou como destinatário final. Aplicável, pois, o CDC.” (BENJAMIM, MARQUES & BESSA 2013, pg.101)

Ainda, ensina a jurisprudência que o fornecedor deve agir com boa-fé em seus contratos com os consumidores stricto sensu, devendo presumir-se que o consumidor é um leigo e por isso, suas cláusulas contratuais devem ser claras e objetivas, para o entendimento destes.

DIREITO CIVIL. CONTRATO DE SEGURO-SAÚDE. TRANSPLANTE. COBERTURA DO TRATAMENTO. CLÁUSULA DÚBIA E MAL REDIGIDA. INTERPRETAÇÃO FAVORÁVEL AO CONSUMIDOR. ART. 54, § 4º, CDC. RECURSO ESPECIAL. SÚMULA/STJ, ENUNCIADO 5. PRECEDENTES. RECURSO NÃO CONHECIDO. **II - Acolhida a premissa de que a**

cláusula excludente seria dúbia e de duvidosa clareza, sua interpretação deve favorecer o segurado, nos termos do art. 54, § 4º do Código de Defesa do Consumidor. Com efeito, nos contratos de adesão, as cláusulas limitativas ao direito do consumidor contratante deverão ser redigidas com clareza e destaque, para que não fujam de sua percepção leiga.

(STJ - REsp: 311509 SP 2001/0031812-6, Relator: Ministro SÁLVIO DE FIGUEIREDO TEIXEIRA, Data de Julgamento: 03/05/2001, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJ 25.06.2001 p. 196JBCC vol. 193 p. 87)

Já a pessoa jurídica ou profissional, somente será considerada vulnerável juridicamente, caso esta utilize dos produtos ou dos serviços com fins próprios, e não com fins de lucros. Ademais, deverá mostrar concreto sua vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica diante da outra parte:

AGRAVO REGIMENTAL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. CONSUMIDOR. RELAÇÃO DE CONSUMO. CARACTERIZAÇÃO. DESTINAÇÃO FINAL FÁTICA E ECONÔMICA DO PRODUTO OU SERVIÇO. ATIVIDADE EMPRESARIAL. MITIGAÇÃO DA REGRA. VULNERABILIDADE DA PESSOA JURÍDICA. PRESUNÇÃO RELATIVA. 1. **O consumidor intermediário, ou seja, aquele que adquiriu o produto ou o serviço para utilizá-lo em sua atividade empresarial, poderá ser beneficiado com a aplicação do CDC quando demonstrada sua vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica frente à outra parte. 2. Agravo regimental a que se nega provimento.**

(STJ - AgRg no Ag: 1316667 RO 2010/0105201-5, Relator: Ministro VASCO DELLA GIUSTINA (DESEMBARGADOR CONVOCADO DO TJ/RS), Data de Julgamento: 15/02/2011, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 11/03/2011)

Fica nítido que o STJ pode considerar uma empresa vulnerável juridicamente, mas que seja comprovando concreto a desproporcionalidade econômica entre a empresa consumidora e a empresa fornecedora, e também para quais fins o produto foi adquirido:

CONSUMIDOR. SEGURO EMPRESARIAL CONTRA ROUBO E FURTO CONTRATADO POR PESSOA JURÍDICA. MICROEMPRESA QUE SE ENQUADRA NO CONCEITO DE CONSUMIDOR. CLÁUSULA LIMITATIVA QUE RESTRINGE A COBERTURA A FURTO QUALIFICADO. REPRODUÇÃO DA LETRA DA LEI. INFORMAÇÃO PRECÁRIA. INCIDÊNCIA DO ART. 54, § 4º, DO CDC. 1. **O art. 2º do Código de Defesa do Consumidor abarca expressamente a possibilidade de as pessoas jurídicas figurarem como consumidores, sendo relevante saber se a pessoa, física ou jurídica, é "destinatária final" do produto ou serviço. Nesse passo, somente se desnatura a relação consumerista se o bem ou serviço passa a integrar uma cadeia produtiva do adquirente, ou seja, posto a revenda ou transformado por meio de beneficiamento ou montagem. 2. É consumidor a microempresa que celebra contrato de seguro com escopo de proteção do patrimônio próprio contra roubo e furto, ocupando, assim, posição jurídica de destinatária final do serviço oferecido pelo fornecedor. 3. Os arts. 6º, inciso III, e 54, § 4º, do CDC, estabelecem que é direito do consumidor a informação plena do objeto do contrato, garantindo-lhe, ademais, não somente uma clareza**

física das cláusulas limitativas - o que é atingido pelo simples destaque destas -, mas, sobretudo, clareza semântica, um significado unívoco dessas cláusulas, que deverão estar infensas a duplo sentido.
(STJ - REsp: 814060 RJ 2006/0014606-0, Relator: Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, Data de Julgamento: 06/04/2010, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJe 13/04/2010)

Portanto, em uma empresa de porte econômico grande frente à outra com porte econômico no mesmo patamar a vulnerabilidade jurídica será desclassificada, conforme entendimento de nossa corte superior:

DIREITO PROCESSUAL CIVIL. COMPETÊNCIA. INDENIZAÇÃO PRETENDIDA DE TRANSPORTADORA POR AVARIA DE GERADOR DIESEL A SER UTILIZADO PELA AUTORA. INEXISTÊNCIA DE HIPOSSUFICIÊNCIA. NÃO CARACTERIZAÇÃO DE RELAÇÃO DE CONSUMO. PREVALECIMENTO DO FORO DA SEDE DA PESSOA JURÍDICA DEMANDADA. I - **A relação de consumo existe apenas no caso em que uma das partes pode ser considerada destinatária final do produto ou serviço. Na hipótese em que produto ou serviço são utilizados na cadeia produtiva, e não há considerável desproporção entre o porte econômico das partes contratantes, o adquirente não pode ser considerado consumidor e não se aplica o CDC, devendo eventuais conflitos ser resolvidos com outras regras do Direito das Obrigações. Precedentes. II - Não configurada a relação de consumo, não se pode invalidar a cláusula de eleição de foro com base no CDC. III - Recurso Especial improvido.**

(STJ - REsp: 836823 PR 2006/0075910-0, Relator: Ministro SIDNEI BENETI, Data de Julgamento: 12/08/2010, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 23/08/2010)

Há ainda a vulnerabilidade fática ou socioeconômica, que é aquela que observamos na relação de consumo a superioridade econômica do fornecedor, seu grande monopólio face ao consumidor. No conceito dos doutrinadores Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p.103):

O ponto de concentração é o outro parceiro contratual, o fornecedor que, por sua posição de monopólio fático ou jurídico, por seu grande poder econômico ou em razão da essencialidade do serviço, impõe sua superioridade a todos que com ele contratam, por exemplo, quando um médico adquire um automóvel, através do sistema de consórcios, para poder atender suas consultas, e se submete às condições fixadas pela administradora de consórcios, ou pelo próprio Estado.

A situação do consumidor fica ainda mais grave quando este é pobre, ou seja, hipossuficiente nos termos da lei, para tal vulnerabilidade ser detectada “ é suficiente a simples afirmação do estado de pobreza para a obtenção do benefício.” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.104)

É o art. 4º da Lei 1.060/1950 que define quem fará *jus* a essa garantia:

Art. 4º. A parte gozará dos benefícios da assistência judiciária, mediante simples afirmação, na própria petição inicial, de que não está em condições de pagar à custa do processo e os honorários de advogado, sem prejuízo próprio ou de sua família. (Redação dada pela Lei nº 7.510, de 1986)

§ 1º. Presume-se pobre, até prova em contrário, quem afirmar essa condição nos termos desta lei, sob pena de pagamento até o décuplo das custas judiciais.

O STJ vem se posicionando acerca dessa vulnerabilidade fática e como ela pode ser detectada para a parte hipossuficiente:

PROCESSUAL CIVIL. ASSISTÊNCIA JUDICIÁRIA GRATUITA. COMPROVAÇÃO DA HIPOSSUFICIÊNCIA. DESNECESSIDADE. LEI Nº 1.060/50, ARTS. 4º E 7º. **1. A Constituição Federal recepcionou o instituto da assistência judiciária gratuita, formulada mediante simples declaração de pobreza, sem necessidade da respectiva comprovação.** Ressalva de que a parte contrária poderá requerer a sua revogação, se provar a inexistência da hipossuficiência alegada. 2. Recurso conhecido e provido (STJ - REsp: 200390 SP 1999/0001887-7, Relator: Ministro EDSON VIDIGAL, Data de Julgamento: 24/10/2000, T5 - QUINTA TURMA, Data de Publicação: DJ 04.12.2000 p. 85)

Alguns consumidores são considerados hipervulneráveis face ao monopólio das pessoas jurídicas, são os bebês, as crianças, os jovens, idosos, e os que possuem condições especiais de saúde etc. A doutrina nos ensina conforme pensamentos de Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p.105):

Efetivamente, como ensina a doutrina francesa, a fraqueza ou fragilidade pode ser inerente às pessoas individualmente consideradas; pode ser relativa, quando o outro é muito forte, ou quando o bem ou serviço desejado é essencial e urgente, comportado assim, graduações subjetivas comparáveis às graduações subjetivas da minoridade, que iriam dos consumidores mais desfavorecidos ou vulneráveis (idosos, crianças, superendividados, doentes, mutuários do SFH etc.) aos profissionais somente eventualmente vulneráveis, ante, por exemplo, a complexidade do bem ou serviço.

Essa hipervulnerabilidade está expressa nos artigos 37, § 2.º, e 39, IV, ambos do CDC, vejamos:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º - É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)
 IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

Os autores dizem que “este reconhecimento significa que produtos e serviços destinados a estes consumidores hipervulneráveis, assim como a publicidade a eles destinada deve guardar parâmetros mais qualificados de boa-fé. ” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.105)

O STJ já se posicionou acerca dessa hipervulnerabilidade :

DIREITO DO CONSUMIDOR. ADMINISTRATIVO. NORMAS DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. ORDEM PÚBLICA E INTERESSE SOCIAL. PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR. PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA. PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA. PRINCÍPIO DA CONFIANÇA. OBRIGAÇÃO DE SEGURANÇA. DIREITO À INFORMAÇÃO. DEVER POSITIVO DO FORNECEDOR DE INFORMAR, ADEQUADA E CLARAMENTE, SOBRE RISCOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS. DISTINÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO-CONTEÚDO E INFORMAÇÃO-ADVERTÊNCIA. ROTULAGEM. PROTEÇÃO DE CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS. CAMPO DE APLICAÇÃO DA LEI DO GLÚTEN (LEI 8.543/92 AB-ROGADA PELA LEI 10.674/2003) E EVENTUAL ANTINOMIA COM O ART. 31 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. MANDADO DE SEGURANÇA PREVENTIVO. JUSTO RECEIO DA IMPETRANTE DE OFENSA À SUA LIVRE INICIATIVA E À COMERCIALIZAÇÃO DE SEUS PRODUTOS. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS POR DEIXAR DE ADVERTIR SOBRE OS RISCOS DO GLÚTEN AOS DOENTES CELÍACOS. INEXISTÊNCIA DE DIREITO LÍQUIDO E CERTO. DENEGAÇÃO DA SEGURANÇA.

17. No campo da saúde e da segurança do consumidor (e com maior razão quanto a alimentos e medicamentos), em que as normas de proteção devem ser interpretadas com maior rigor, por conta dos bens jurídicos em questão, seria um despropósito falar em dever de informar baseado no *homo medius* ou na generalidade dos consumidores, o que levaria a informação a não atingir quem mais dela precisa, pois os que padecem de enfermidades ou de necessidades especiais são frequentemente a minoria no amplo universo dos consumidores. 18. Ao Estado Social importam não apenas os vulneráveis, mas sobretudo os hipervulneráveis, pois são esses que, exatamente por serem minoritários e amiúde discriminados ou ignorados, mais sofrem com a massificação do consumo e a "pasteurização" das diferenças que caracterizam e enriquecem a sociedade moderna. 19. Ser diferente ou minoria, por doença ou qualquer outra razão, não é ser menos consumidor, nem menos cidadão, tampouco merecer direitos de segunda classe ou proteção apenas retórica do legislador. 20. O fornecedor tem o dever de informar que o produto ou serviço pode causar malefícios a um grupo de pessoas, embora não seja prejudicial à generalidade da população, pois o que o ordenamento pretende resguardar não é somente a vida de muitos, mas também a vida de poucos. 22. Recurso Especial parcialmente conhecido e, nessa parte, provido (STJ - REsp: 586316 MG 2003/0161208-5, Relator: Ministro HERMAN BENJAMIN, Data de Julgamento: 17/04/2007, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: 20090319 --> DJe 19/03/2009)

Devido ao monopólio das grandes empresas que prestam serviços públicos, como água, energia elétrica e telefonia, as pessoas jurídicas também podem ser reconhecidas como vulneráveis socioeconomicamente, devendo sempre ser observado e comprovado no caso concreto quais os fins que toma o produto –se é para fins de lucro ou não- e, se a empresa consumidora é vulnerável, neste caso deve ser detectada a vulnerabilidade socioeconômica ou fática.

No caso do fornecimento de energia elétrica, segue entendimento jurisprudencial:

CIVIL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. EMPRESA CONCESSIONÁRIA DE FORNECIMENTO DE ENERGIA. DESPACHO SANEADOR. RELAÇÃO DE CONSUMO. ART. 2º DO CDC. ILEGITIMIDADE ATIVA "AD CAUSAM. **Ressalto, inicialmente, que se colhe dos autos que a empresa-recorrida, pessoa jurídica com fins lucrativos, caracteriza-se como consumidora intermediária, porquanto se utiliza do serviço de fornecimento de energia elétrica prestado pela recorrente, com intuito único de viabilizar sua própria atividade produtiva. Todavia, cumpre consignar a existência de certo abrandamento na interpretação finalista, na medida em que se admite, excepcionalmente, desde que demonstrada, in concreto, a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, a aplicação das normas do CDC. Quer dizer, não se deixa de perquirir acerca do uso, profissional ou não, do bem ou serviço; apenas, como exceção e à vista da hipossuficiência concreta de determinado adquirente ou utente, não obstante seja um profissional, passa-se a considerá-lo consumidor.** (STJ - REsp: 661145 ES 2004/0066220-7, Relator: Ministro JORGE SCARTEZZINI, Data de Julgamento: 22/02/2005, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: --> DJ 28/03/2005 p. 286)

Resta analisar a vulnerabilidade informacional, que “é vulnerabilidade básica do consumidor, intrínseca e característica deste papel na sociedade”. O autor ainda continua a nos dizer que “ na sociedade atual são de grande importância a aparência, a confiança, a comunicação e a informação.” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.106).

Esse tipo de vulnerabilidade estava incluído na vulnerabilidade técnica, mas com o passar dos tempos, e com o ápice do hiperconsumo, sentiu-se a necessidade de se reconhecer pela doutrina mais uma modalidade de vulnerabilidade. Afinal, nos dias de hoje “a informação não falta, ela é abundante, manipulada, controlada e, quando fornecida, nos mais das vezes, desnecessária.” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.106).

Esta vulnerabilidade informativa é hoje o maior ponto de desequilíbrio da relação de consumo, pois no mundo do hiperconsumo em que nos encontramos, é na

informação que está o poder, a falta dela torna o consumidor cada vez mais vulnerável, hipervulnerável. Esconder uma informação sobre determinado produto pode causar danos imensuráveis ao consumidor, principalmente quando esses produtos são consumíveis.

O fornecedor é a parte expert da relação, somente ele detém na íntegra a informação de seus produtos. Quanto maior a falta de informação, mas o consumidor é considerado vulnerável, e seu campo dos direitos fundamentais que lhe são garantidos pela CF/88 são atingidos, como por exemplo a dignidade humana do consumidor. Nesse pensamento Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p.106 apud, Negreiros, p.30) diz:

A proteção da pessoa humana e sua dignidade, que está presente no direito do consumidor, é uma das finalidades do direito civil-constitucional. Efetivamente, a informação, que era acessório (dever anexo de boa-fé), torna-se principal e é a base da vinculação, em que o conjunto informacional e de aparências é valorizado a ponto de ser instrumento de defesa da dignidade da pessoa humana.

No entanto, cada vez mais se percebe a valorização da vulnerabilidade informacional das pessoas físicas consumidoras, assegurando-lhes uma proteção a saúde física, mental, financeira etc. No tocante é imprescindível o artigo 220, § 3º II e § 4 da CF, que dispõe:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. [...]

§ 3º Compete à lei federal:

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessária advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

O uso do cigarro, por exemplo, traz tantos malefícios para quem o consome que essas informações devem ser claras e reais sobre seus perigos para a vida, está baseada na boa-fé da parte que a detém, ou seja, o fornecedor, transmitindo de sua esfera “pessoal” algo que é imaterial, a informação, para o outro polo da relação de consumo, o consumidor.

O ato de informar é uma maneira de responsabilidade do fornecedor, com ela nasce a confiança, diminuem-se as diferenças, assegura liberdades e decisões do consumidor perante o fornecedor. A não informação/omissão traz responsabilidades ao fornecedor, conforme nos é assegurado pelo CDC. Segundo os autores Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p. 107):

A informação hoje é o poder e é fonte de responsabilidade, a informação é divisão de riscos, significando justamente compartilhamento, tornar comum (*communicatio-ions, comunico-are, communis*) o conhecimento que um detém sobre o produto, o serviço, a maneira de usar contrato. O CDC criou o vício da informação.

Outro exemplo de dever informacional ao consumidor é o decreto 4.680, de 24 de abril de 2003, regulamenta a informação sobre produtos que são produzidos ou contêm organismos geneticamente modificados.

E o mais importante sobre essa modalidade de vulnerabilidade, ela é reconhecida pelo STJ, e nos dá a garantia de receber informações concretas sobre os produtos que consumimos:

CONSUMIDOR. DEFINIÇÃO. ALCANCE. TEORIA FINALISTA. REGRA. MITIGAÇÃO.FINALISMO APROFUNDADO. CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO. VULNERABILIDADE. 1 4. A doutrina tradicionalmente aponta a existência de três modalidades de vulnerabilidade: técnica (ausência de conhecimento específico acerca do produto ou serviço objeto de consumo), jurídica (falta de conhecimento jurídico, contábil ou econômico e de seus reflexos na relação de consumo) e fática (situações em que a insuficiência econômica, física ou até mesmo psicológica do consumidor o coloca em pé de desigualdade frente ao fornecedor). **Mais recentemente, tem se incluído também a vulnerabilidade informacional (dados insuficientes sobre o produto ou serviço capazes de influenciar no processo decisório de compra)**. 5. A despeito da identificação in abstracto dessas espécies de vulnerabilidade, a casuística poderá apresentar novas formas de vulnerabilidade aptas a atrair a incidência do CDC à relação de consumo. 7. Recurso especial a que se nega provimento. (STJ - REsp: 1195642 RJ 2010/0094391-6, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 13/11/2012, T3 - TERCEIRA TURMA)

A jurisprudência, conforme nos ensina a doutrina “ está demonstrando uma tendência de valorizar as informações prestadas, mesmo que através da marca ou aparência, e daí tirando instrumentos de compensação dessa vulnerabilidade é intrínseca do papel de consumidor.” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.108).

Nota-se que no mundo atual essa vulnerabilidade abrange muitos consumidores, mesmo alguns que não são os destinatários finais dos produtos e serviços. Dessa maneira ainda na classificação de consumidor, analisaremos o que a doutrina e a jurisprudência nos ensina acerca da coletividade de pessoa na relação de consumo, os chamados consumidores equiparados.

Os consumidores equiparados são classificados pelo legislador pátrio como sendo as pessoas que se encontram nos artigos 2.º, parágrafo único, 17.º e 29.º todos do CDC e ganharam proteção do legislador, uma vez que, sofrem de alguma maneira com uma relação de consumo, podendo ser ou não destinatário final do produto. A vulnerabilidade é o alicerce que garante para esse grupo indefinido de consumidores o direito da tutela do CDC, veja o que nos ensina os dispositivos abaixo sobre tais tutelados:

Art. 2.º, parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

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.

Conforme o pensamento de Luiz Otávio de O. Amaral (2010, p. 91):

A relação jurídica de consumo é assim uma relação social que foi juridicizada e em que há como sujeitos (individuais ou **coletivos**, pessoas naturais ou jurídicas, de direito privado ou público, nacional ou estrangeira), em cada polo, as chamados de consumidor e fornecedor e que se relacionam a propósito de objeto (objeto da relação jurídica), um bem da vida, ou seja, bens ou serviços alvos do interesse, do ato de consumo (ato/negócio jurídico de consumo).

É notório que os consumidores coletivos necessitam de proteção da mesma forma que os consumidores em *stricto sensu*, pois são vulneráveis perante o fornecedor que de alguma forma os lesou coletivamente. Nos ensina Benjamim, Marques, & Bessa, (2013, p.109):

O campo de partida dessa extensão do campo de aplicação do CDC é a observação de que muitas pessoas, mesmo não sendo consumidoras *stricto sensu*, podem ser atingidas ou prejudicadas pelas atividades dos fornecedores no mercado.

A jurisprudência valorizou a equiparação feita pelo legislador ao consumidor coletivo, o paragrafo único do art. 2.º do CDC “trata não mais daquele determinado e

individualmente considerado consumidor, mas sim de uma coletividade de consumidores, sobretudo quando indeterminados e que tenham intervindo em dada relação de consumo. ” (GRINOVER, et al., 2007, p.42)

O paragrafo único do mencionado artigo vem mostrando caráter difuso do direito do consumidor, que encontra proteção de seus direitos no art.81 do CDC:

Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

Para o professor José Carlos B. Moreira (1984, p.99):

Tais interesses caracterizam-se em primeiro lugar, por uma pluralidade de titulares, em número indeterminado e, ao menos para fins práticos, indeterminável; em segundo lugar, pela indivisibilidade do objeto do interesse, cuja satisfação necessariamente aproveita em conjunto, e cuja postergação todos em conjunto prejudica.

As pessoas desse grupo são de titularidade indeterminada e indivisível, desta forma se algo for feito em favor de um para cessar sua vulnerabilidade, todos os outros titulares se aproveitarão da tutela no caso in concreto. Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p.109), nos cita como exemplo no caso in concreto a respeito dessa equiparação do parágrafo único:

Assim apesar de não se caracterizar como consumidora stricto sensu, a criança, filha do adquirente, que ingere produto defeituoso e vem adoecer por fato do produto, é consumidor-equiparado e se beneficia de todas as normas protetivas do CDC aplicáveis ao caso.

Os doutrinadores Grinover, et al. (2007, p.42) também mencionam exemplos acerca desses indetermináveis indivíduos:

Se um produto alimentar for apresentado aos consumidores de maneira deteriorada, poderá causar grave risco a saúde de uma coletividade de consumidores; a propaganda enganosa acerca de vendas de apartamentos imobiliários, pode causar prejuízo a milhares de adquirentes de ações ou de imóveis; o monopólio no comércio ou na indústria também são maneiras de lesar bom número de concorrentes; a proibição de uma pessoa de hospedar-se em um hotel, por força da cor de sua pele, representa, por parte da direção do estabelecimento um discriminação de maneira racial, que afronta os direitos constitucionais dos cidadãos.

Já o terceiro que não é considerado o destinatário do produto ou serviço que dispõe o art. 2º do CDC, contudo, sofre um “acidente, lesão, perda etc.” com determinada relação de consumo, ou seja, sofre danos que se originam do consumo de um produto ou serviço de outras pessoas, recebe sua proteção no art.17º do CDC, que dispõe: “equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.”

Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p.109) entendem que:

Logo basta ser “vítima” de um produto ou serviço para ser privilegiado com a posição de consumidor legalmente protegido pelas normas sobre responsabilidade objetiva pelo fato do produto presentes no CDC-não é necessário ser destinatário final, ser consumidor concreto, basta o acidente de consumo oriundo deste defeito do produto e do serviço que causa o dano.

Segundo o doutrinador Sérgio C. Filho (2014, p.78):

Não faz sentido exigir que o fornecedor disponibilize no mercado e consumo produtos ou serviços seguros apenas para o consumidor, não se importando com terceiros que possam vir a sofrer danos pelo fato do produto ou do serviço.

Dessa maneira, “a legislação consumerista também é aplicável a terceiros que não são consumidores, em sentido jurídico, mas que foram equiparados a consumidores para efeitos de tutela legal (...)”. (FILHO, 2014, p.77)

É notório que a norma do art.17º do CDC só se aplica em relação à pessoa física que de alguma forma sofre um dano decorrente de uma cadeia de consumo a qual ela não estava inserida. Na prática forense, são inúmeros os casos, veja-se o que o STJ vem afirmando:

PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. EXPLOSÃO DE LOJA DE FOGOS DE ARTIFÍCIO. INTERESSES INDIVIDUAIS HOMOGÊNIOS. LEGITIMIDADE ATIVA DA PROCURADORIA DE ASSISTÊNCIA JUDICIÁRIA. RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO. VÍTIMAS DO EVENTO. EQUIPARAÇÃO A CONSUMIDORES. II – **Em consonância com o artigo 17 do Código de Defesa do Consumidor equiparam-se aos consumidores todas as pessoas que, embora não tendo participado diretamente da relação de consumo, vem a sofrer as consequências do evento danoso, dada a potencial gravidade que pode atingir o fato do produto ou do serviço, na modalidade vício de qualidade por insegurança. Recurso especial não conhecido.**

(STJ - REsp: 181580 SP 1998/0050249-1, Relator: Ministro CASTRO FILHO, Data de Julgamento: 09/12/2003, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: --> DJ 22/03/2004 p. 292RJADCOAS vol. 55 p. 42RSTJ vol. 180 p. 341)

CIVIL, PROCESSO CIVIL E CONSUMIDOR. REPARAÇÃO CIVIL. PRESCRIÇÃO .PRAZO. CONFLITO INTERTEMPORAL. CC/16 E CC/02. ACIDENTE DE TRÂNSITO ENVOLVENDO FORNECEDOR DE SERVIÇO DE TRANSPORTE DE PESSOAS. TERCEIRO, ALHEIO À RELAÇÃO DE CONSUMO, ENVOLVIDO NO ACIDENTE. CONSUMIDOR POREQUIPARAÇÃO. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. DECISÃO OMISSA. INTUITO PROTELATÓRIO. INEXISTÊNCIA. 3. O art. 17 do CDC prevê a figura do consumidor por equiparação (bystander), sujeitando à proteção do CDC aqueles que, embora não tenham participado diretamente da relação de consumo, sejam vítimas de evento danoso decorrente dessa relação. 4. Em acidente de trânsito envolvendo fornecedor de serviço de transporte, o terceiro vitimado em decorrência dessa relação de consumo deve ser considerado consumidor por equiparação. Excepciona-se essa regra se, no momento do acidente, o fornecedor não estiver prestando o serviço, inexistindo, pois, qualquer relação de consumo de onde se possa extrair, por equiparação, a condição de consumidor do terceiro. 6. Recurso especial parcialmente provido.

(STJ - REsp: 1125276 RJ 2009/0034458-5, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 28/02/2012, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 07/03/2012)

DIREITO CIVIL. RESPONSABILIDADE CIVIL. FURTO EM ESTACIONAMENTO. SHOPPING CENTER. VEÍCULO PERTENCENTE A POSSÍVEL LOCADOR DE UNIDADE COMERCIAL. EXISTÊNCIA DE VIGILÂNCIA NO LOCAL. OBRIGAÇÃO DE GUARDA. INDENIZAÇÃO DEVIDA. PRECEDENTES. RECURSO PROVIDO. I - Nos termos do enunciado n. 130/STJ, "a empresa responde, perante o cliente, pela reparação de dano ou furto de veículo ocorrido em seu estacionamento". II - **A jurisprudência deste Tribunal não faz distinção entre o consumidor que efetua compra e aquele que apenas vai ao local sem nada dispende. Em ambos os casos, entende-se pelo cabimento da indenização em decorrência do furto de veículo.** III - A responsabilidade pela indenização não decorre de contrato de depósito, mas da obrigação de zelar pela guarda e segurança dos veículos estacionados no local, presumivelmente seguro

(STJ - REsp: 437649 SP 2002/0057540-7, Relator: Ministro SÁLVIO DE FIGUEIREDO TEIXEIRA, Data de Julgamento: 06/02/2003, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJ 24.02.2003 p. 242)

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. PROCURAÇÃO. DESNECESSIDADE DE AUTENTICAÇÃO. AFASTAMENTO DA SÚMULA N. 115/STJ. CIVIL E PROCESSO CIVIL. INDENIZAÇÃO. DANOS MORAIS E MATERIAIS. RELAÇÃO DE CONSUMO. PRESCRIÇÃO QUINQUENAL. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA. LEGITIMIDADE PASSIVA AD CAUSAM. DIVERGÊNCIA JURISPRUDENCIAL. AUSÊNCIA DE COTEJO ANALÍTICO. INÉPCIA DA INICIAL. INEXISTÊNCIA. MANUTENÇÃO DA MULTA. ART. 538, PARÁGRAFO ÚNICO, DO CPC. 2. **Nos termos do que dispõe o art. 17 da Lei n. 8.078/90, equipara-se à qualidade de consumidor para os efeitos legais, àquele que, embora não tenha participado diretamente da relação de consumo, sofre as consequências do evento danoso decorrente do defeito exterior que ultrapassa o objeto e provoca lesões, gerando risco à sua segurança física e psíquica. (...)** 4. Respondem solidariamente todos aqueles que contribuíram para a causa do dano (...) 7. Agravo regimental desprovido.

(STJ - AgRg no REsp: 1000329 SC 2007/0250936-8, Relator: Ministro JOÃO OTÁVIO DE NORONHA, Data de Julgamento: 10/08/2010, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJe 19/08/2010)

Ainda assim, falta analisar o art. 29 do CDC, “equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas. Desta forma” essa norma é uma disposição especial, supera os estritos limites da definição jurídica de consumidor. ” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.110)

Tal norma jurídica se encontra no Capítulo V do CDC, e trata das “práticas comerciais” e todos o seu desdobramento no ramo de consumo, quais sejam a oferta (arts. 30 a 35), publicidade (arts. 36 a 38), sobre práticas abusivas (arts.39 a 41), sobre cobrança de dívidas (art.42), sobre bancos de dados e cadastros de consumidores (arts. 43 e 44), e por fim, também se aplica ao Capítulo VI do CDC.

Os doutrinadores Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p. 110-111) dizem para que tal norma veio:

Para harmonizar os interesses presentes no mercado de consumo, para reprimir eficazmente os abusos do poder econômico, para proteger os interesses econômicos dos consumidores finais, o legislado colocou um poderoso instrumento nas mãos daquela pessoas (mesmo agentes econômicos) expostas às práticas abusivas.

Os consumidores equiparados nesse artigo, mesmo não sendo “consumidores stricto sensu”, poderão ser tutelados pelo CDC visando combater as práticas comerciais abusivas, bastando verificar no caso in concreto a exposição do consumidor perante alguma prática do capítulo V ou VI do CDC. Sergio C. Filho (2014, p. 79, apud, MARINS, 2009) nos ensina acerca de tal norma:

Considerado o ditame do art. 29 à luz da interpretação lógica e gramatical, é forçoso reconhecer-se que a extensão pretendida, ao equiparar a consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, está disciplinando relações jurídicas de todas ordem, mesmo que não sejam relações de consumo, e consumidor não se trate.

As pessoas jurídicas, ou seja, os agentes econômicos presentes no mercado brasileiro, também poderão se beneficiar de tal norma. Segundo Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p.111):

Com a nova linha de finalismo aprofundado, o STJ começa a diferenciar entre pessoas jurídicas vulneráveis, se consumidoras finais (art.2º) ou se apenas equiparados, no caso concreto e conforme a prova do processo, a posição do consumidor (art.29).

Segundo o STJ:

DIREITO DO CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. CONCEITO DE CONSUMIDOR. PESSOA JURÍDICA. EXCEPCIONALIDADE. NÃO CONSTATAÇÃO NA HIPÓTESE DOS AUTOS. FORO DE ELEIÇÃO. EXCEÇÃO DE INCOMPETÊNCIA. REJEIÇÃO. - **A jurisprudência do STJ tem evoluído no sentido de somente admitir a aplicação do CDC à pessoa jurídica empresária excepcionalmente, quando evidenciada a sua vulnerabilidade no caso concreto; ou por equiparação, nas situações previstas pelos arts. 17 e 29 do CDC.** Recurso especial não conhecido.

(STJ - REsp: 684613 SP 2004/0120460-3, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 21/06/2005, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: --> DJ 01/07/2005 p. 530RDDP vol. 30 p. 135)

A jurisprudência ainda ressalva a importância do art. 29 do CDC:

CONSUMIDOR. DEFINIÇÃO. ALCANCE. TEORIA FINALISTA. REGRA. MITIGAÇÃO.FINALISMO APROFUNDADO. CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO. VULNERABILIDADE. **3. A jurisprudência do STJ, tomando por base o conceito de consumidor por equiparação previsto no art. 29 do CDC, tem evoluído para uma aplicação temperada da teoria finalista frente às pessoas jurídicas, num processo que a doutrina vem denominando finalismo aprofundado, consistente em se admitir que, em determinadas hipóteses, a pessoa jurídica adquirente de um produto ou serviço pode ser equiparada à condição de consumidora, por apresentar frente ao fornecedor alguma vulnerabilidade, que constitui o princípio-motor da política nacional das relações de consumo, premissa expressamente fixada no art. 4º, I, do CDC, que legitima toda a proteção conferida ao consumidor. 4. (...)**

7. Recurso especial a que se nega provimento.

(STJ - REsp: 1195642 RJ 2010/0094391-6, Relator: Ministra NANCY ANDRIGHI, Data de Julgamento: 13/11/2012, T3 - TERCEIRA TURMA)

Os doutrinadores ainda citam alguns recursos que não são conhecidos pela jurisprudência como consumidores equiparados: “em casos internacionais, raramente a vulnerabilidade da pessoa jurídica é conhecida. ” (AgRg no Ag 1341225-RS) e “a relação que se estabelece entre o representante comercial autônomo e a sociedade representada é regulada por disciplina jurídica própria, não se aplicando as regras protetivas do CDC.” (REsp761.557-RS) (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p. 111-112)

A boa-fé do fornecedor deve ser em primeiro lugar na dita relação de consumo, tentando ao máximo não gerar danos perante os consumidores

reconhecidos pelo ordenamento jurídico. Diante todo exposto, passamos agora definir quem é o fornecedor na dita relação de consumo.

2.1. 2 Fornecedor

Toda relação de consumo depende de um fornecedor. O conceito de fornecedor encontra-se no caput do art.3º do CDC:

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.

Registra-se que tal conceito do legislador acerca de fornecedor é um conceito bastante amplo. Essa é uma estratégia do legislador em considerar todos, até aqueles não tem personalidade jurídica, mas que atuam de alguma forma na cadeia produtiva do produto ou serviço (produção-transformação-distribuição-comercialização-prestação), para assim ser entregue aos destinatários finais.

Assinala Sergio C. Filho (2014, p.80):

Deste modo, não apenas o fabricante ou o produtor originário, mas, também todos os intermediários (intervenientes, transformadores, distribuidores) e, ainda, o comerciante- desde que façam disso as suas atividades principais ou profissões, serão tratados pela lei como fornecedores.

Logo o conceito do fornecedor, assim “é tão amplo, para que um maior número de relações possa estar no campo de aplicação do CDC (...) .” (BENJAMIM, MARQUES, & BESSA, 2013, p.112)

Em suma, o fornecedor é considerado “o protagonista das sobreditas relação de consumo responsável pela colocação de produtos e serviços à disposição do consumidor.” (GRINOVER, et al., 2007, p.47)

O autor nos dizendo que (2007, p.47):

Tem-se, por conseguinte, que fornecedor é qualquer pessoa física, ou seja, qualquer um que, a título singular, mediante desempenho de atividade mercantil ou civil e de forma habitual, ofereça no mercado produtos ou serviços, e a jurídica, da mesma forma, mas em associação mercantil ou civil e de forma habitual.

Será então fornecedor qualquer pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados que de forma habitual atendem as diversas necessidades dos consumidores, fornecendo produtos e serviços com fins econômicos.

O conceito jurídico de fornecedor é citado como sendo “todos quanto propiciem a oferta de produtos ou serviços no mercado de consumo, de maneira a atender as necessidades dos consumidores, sendo despidendo indagar-se a que título [...]”. (FILHO, 2014, p.80, apud, FILOMENO, p.39)

O art. 3º do CDC deve ser combinado com o art. 12 do referido código, que inclui desde quem projeta o produto, e finaliza com aquele que vende o produto final na relação de consumo:

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

É importante frisar que também serão considerados fornecedores aqueles que prestam serviço de natureza pública, ou seja, tornam-se fornecedores de uma relação de consumo, sob a tutela da lei, a União, os Estados, os Municípios, as autarquias, os partidos políticos, as empresas públicas, as sociedades de economia mista, entre outras.

Os que prestam serviços de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária também serão considerados fornecedores. Excluem-se deste rol os serviços de natureza trabalhista. Os entes despersonalizados também são incluídos no caput do art. 3º, como exemplo “a massa falida que é autorizada a desempenhar suas atividades como fornecedora”, “o espólio de um comerciante em nome individual, cuja sucessão é representada pelo inventariante”, “ou a empresa Itaipu Binacional que tem regime jurídico *sui generis*.”

Na cadeia de produção existe solidariedade na responsabilização entre tais fornecedores, conforme art. 7º, parágrafo único do CDC: “Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.”

Como forma de responsabilizar a todos na cadeia de produção, nos ensina Grinover, et al., (2007, p.48):

Quanto às atividades desempenhadas pelos fornecedores, são utilizados os termos “produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestações de serviços”, ou, em síntese, a condição de fornecedor está ligada à atividade de cada um e desde que coloquem aqueles produtos e serviços efetivamente no mercado, nascendo daí, *ipso facto*, eventual responsabilidade por danos causados aos destinatários, ou seja, pelo fato do produto.

Tal responsabilização solidária diz respeito aos defeitos ou vícios que poderão ser detectados nos produtos, conforme art. 12, § 1º, §2º e § 3º do CDC:

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

I - sua apresentação;

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

III - a época em que foi colocado em circulação.

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

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

I - que não colocou o produto no mercado;

II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexistiu;

III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

É notório que o um produto pode ter em sua construção vários fornecedores envolvidos. Para findarmos a relação de consumo, analisaremos agora o que é considerado produto como objeto na relação de consumo e serviço como objeto na relação de consumo.

2.1.3 Produto

A norma jurídica nos traz a definição de produto no art. 3, § 1º do CDC: “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.”

A doutrina entende que o produto é o elemento a qual da vida a relação de consumo, Sergio C. Filho (2014, p.82):

É com o produto que o vínculo jurídico material entre fornecedor e consumidor nasce. O objeto de uma relação jurídica, como cediço, é o

elemento em razão pela qual a relação se constitui e sobre o qual recai tanto a exigência do credor, como a obrigação do devedor.

O produto deve ser analisado pelo plano econômico e universal, ou seja, aquilo que se resulta do processo de produção ou fabricação. O doutrinador entende que “qualquer bem pode ser considerado produto, desde que resulte de atividade empresarial em série de transformação econômica.” (FILHO, 2014, p.82)

Ainda no campo doutrinário, a saber, de produto: “são coisas que, sendo úteis aos homens, provocam a sua cupidez e, por conseguinte, são objetos desapropriações privadas.” (GRINOVER, et al., apud.51, RODRIGUES, 2007, p.119)

E, neste sentido, “o conceito de produto deve se apresentar elastecido, entendendo-se como tal toda utilidade produzida.” (FILHO, 2014, p.83 apud Delgado, 1996, p. 103 e 107)

Logo, os produtos podem ser naturais, industrializados, originais ou transformados de alguma maneira, e é irrelevante analisar tais características. O que devemos analisar no caso concreto para detectarmos uma relação de consumo, é se esse bem foi introduzido no mercado de consumo por um sujeito que se chama fornecedor.

E finalizando, produto: “ é qualquer objeto de interesse em dada relação de consumo, e destinado a satisfazer uma necessidade do adquirente, como destinatário final.” (GRINOVER, et al., 2007, p.52)

2.1.4 Serviço

Serviço é conceituado pelo legislador no art. 3º, §2º do CDC como sendo, “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.”

Amaral Junior (2010, p. 117) especifica serviço:

Extensivamente, porém, a expressa designa hoje o próprio trabalho/ atividade a ser executado, ou que se executou, definindo a obra, o exercício do ofício, o expediente, o mister, a tarefa, a ocupação, ou a função. Serviço é, enfim, a ação/atividade de servir.

O doutrinador afirma que, “essas atividades podem ser de natureza material, financeira ou intelectual, prestadas por entidades públicas ou privadas, mediante remuneração direta e indireta.” (FILHO, 2014, p. 84)

As características obrigatórias do serviço são as de natureza pecuniária, de cunho profissional e de habitualidade. O STJ vem se posicionando, e nos ensina que:

PROCESSUAL CIVIL. RECURSO ESPECIAL. EXCEÇÃO DE COMPETÊNCIA. AÇÃO INDENIZATÓRIA. PRESTAÇÃO DE SERVIÇO PÚBLICO. AUSÊNCIA DE REMUNERAÇÃO. RELAÇÃO DE CONSUMO NÃO CONFIGURADA. DESPROVIMENTO DO RECURSO ESPECIAL. **2. O conceito de "serviço" previsto na legislação consumerista exige para a sua configuração, necessariamente, que a atividade seja prestada mediante remuneração (art. 3º, § 2º, do CDC). 3. Portanto, no caso dos autos, não se pode falar em prestação de serviço subordinada às regras previstas no Código de Defesa do Consumidor, pois inexistente qualquer forma de remuneração direta referente ao serviço de saúde prestado pelo hospital público, o qual pode ser classificado como uma atividade geral exercida pelo Estado à coletividade em cumprimento de garantia fundamental (art. 196 da CF). (...)** 5. Recurso especial desprovido.

(STJ - REsp: 493181 SP 2002/0154199-9, Relator: Ministra DENISE ARRUDA, Data de Julgamento: 15/12/2005, T1 - PRIMEIRA TURMA, Data de Publicação: DJ 01/02/2006 p. 431)

É importante dizer que a remuneração pode se dar de forma direta ou indireta, o que diferencia uma da outra é que na primeira o consumidor efetua o pagamento diretamente ao fornecedor, e na segunda o pagamento já está embutida em outros custos, como por exemplo: compra de produtos com frete grátis, estacionamento gratuitos etc.

Tendo em vista a grande amplitude no conceito de fornecedor, os serviços poderão ser efetuados de forma privada, mas também poderão ser públicos. Nesse último caso, prestados pelos próprios órgãos públicos, por suas empresas, concessionárias, permissionárias, ou ainda, sob qualquer outra forma de empreendimento, primando sempre pela adequação, eficiência, segurança e, quanto aos serviços essenciais, pela continuidade. É no artigo 22 do CDC que encontramos tal conceito:

Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Encerrado o conceito de relação de consumo, passaremos analisar os institutos decadência e prescrição, a fim de verificar no caso concreto, caso haja algum dano decorrente dessa relação, qual será o prazo para cobrar de tais fornecedores sua reparação.

3. CONCEITO DE PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA

Com a relação jurídica nasce o dever jurídico e se algum fato que está previsto na norma em abstrato se concretizar e causar dano às partes da relação, os sujeitos lesionados poderão requerer a reparação deles.

Por exemplo, um consumidor adquire de um fornecedor um carro, esse ato negocial foi celebrado com determinação de alguns requisitos legais, como por exemplo, cláusulas contratuais que devem ser observados para a compra e venda do veículo. Qualquer dano ao consumidor decorrente dessa relação ou vício no veículo nascerá um novo dever jurídico para o fornecedor, que é a responsabilidade de ressarcir o dano ou sanar o vício, e ao titular do direito, receber a tutela do Estado, garantindo que seus direitos serão apreciados e julgados na esfera jurídica. Para Sergio C. Filho (2014, p.356 apud DANTAS, 1942-1945, p.399):

A lesão ao direito é aquele momento em que o direito subjetivo vem a ser negado pelo não cumprimento do dever jurídico que a ele corresponde. Sabe-se que da lesão nascem dois efeitos: em primeiro lugar, um novo dever jurídico, que é a responsabilidade, o dever de ressarcir o dano e, em segundo, a ação, o direito de invocar a tutela do Estado para corrigir a lesão de direito (...).

Porém, credor não será tutelado eternamente, posto que os prazos para exercitar tais direitos devem ser observados. O fundamento dos institutos prescrição e decadência seria uma espécie de sanção ao titular do direito que negligência esse direito. A inércia do consumidor torna presumível o seu desinteresse, então ficaria o Estado obrigado a reconhecer que o direito do consumidor está prescrito ou decaído, garantindo desta forma a ordem pública. Assim “o Poder Público não deve proteger indefinidamente, e com o vigor que dispensa na proteção dos casos normais, os direitos que não são utilizados por seu titular, pois isso iria contra a seguridade jurídica geral.” (ALBALADEJO, 1970, p. 663)

Para Orlando Gomes (1991, p. 509): "é a segurança do comércio jurídico que exige a consolidação das situações jurídicas pelo decurso do tempo. Trata-se, portanto, de medida de política jurídica, ditada no interesse da harmonia social".

No teor do Código Civil anterior ao de 2002, os casos em que ocorria a prescrição e decadência eram tratados sob a denominação legal de prescrição. A responsabilidade de distinguir tais institutos era de quem se encontrava para julgar no caso concreto.

Com a atual legislação de 2002, o novo Código Civil não apenas conceituou prescrição, mas também separou os prazos prescricionais e decadenciais. Os artigos que tratam da prescrição são regulamentados pelos arts. 205 e 206 do CC. Já os prazos decadenciais estão previstos no CC cada um em seu instituto, vejamos como exemplo, artigo 45, paragrafo único do CC, etc.

A doutrina conforme o entendimento de Sérgio C. Filho (2014, p. 355), conceitua prescrição:

Está ligada à lesão do direito, cuja ocorrência faz surgir novo dever jurídico para o transgressor - a responsabilidade – e novo poder jurídico para aquele que sofreu a lesão – a pretensão, devendo esta ser entendida como o poder de invocar a tutela do Estado. Se essa pretensão não for exercida no prazo legal, ocorre a prescrição.

E ainda, "como sendo a convalescença de uma lesão de direito pela inércia do seu titular e o decurso do tempo." (FILHO, 2014, p.355) O legislador pátrio não fugiu de tal pensamento quando dispôs no artigo 189 do CC, que: "violado o direito, nasce para ao titular a pretensão, a qual se extingue, pela prescrição, nos prazos a que aludem os arts. 205 e 206."

Nesse sentido o prazo prescricional será contado, a partir da real lesão ao direito. Para Sergio C. Filho (2014, p.356 apud DANTAS, 1942-1945, p.399):

(...) Não surge o problema de prescrição, enquanto não há lesão do direito. No momento em que surge tal lesão e com ela aquela sua primeira consequência, que é o dever de ressarcir o dano, aí é que se coloca, pela primeira vez o problema da prescrição. [...] Se o tempo decorrer longamente, sem que o dever secundário, a responsabilidade seja cumprida, então, não será mais possível invocar a proteção do Estado, porque a lesão do direito estaria curada. A prescrição nada mais é do que a convalescença da lesão do direito pelo não exercício da ação.

A inércia do sujeito não faz desaparecer o direito subjetivo descumprido pelo sujeito passivo, mas sim, faz desaparecer o direito de postular em juízo, tal descumprimento. O autor Sergio C. Filho (2014, p. 356 apud LEAL, p. 19):

Desde que o direito está sendo normalmente exercido, ou não sofre qualquer obstáculo por parte de outrem, não há ação exercitável. Mas se o direito é desrespeitado, violado, ou ameaçado, ao titular incube protegê-lo e, para isso, dispõe da ação.

A lesão e a prescrição são consideradas pela doutrina como sendo respectivamente causa e efeito. Nesse pensamento o autor Sergio C. Filho (2014, p.357), nos ensina “ há de se concluir, portanto, que só há prescrição de direito subjetivo, isto é, quando ao direito do titular corresponde um dever jurídico para que, pela violação deste, surja a lesão e, conseqüentemente, a prescrição.

Já na decadência para o direito civil, o que decai é o direito potestativo, que é uma faculdade jurídica, e seu exercício é estipulado pela lei, ou seja, são limites temporais, que durante ao prazo estabelecido o sujeito de direito poderá exercer. Cessado o prazo, já não mais poderá utilizar-se de tal instituto, está decaído o direito potestativo.

É notório que cada instituto do direito terá seu marco temporal para potestatar, conforme CC, ao passo que se esse marco temporal se encerrar, o direito potestativo não será mais válido. Esse direito, portanto, depende da iniciativa do sujeito de direito da relação jurídica. A inércia de tal sujeito acarreta o perecimento do direito postulatório, ou seja, o partícipe deixou de validar seu direito. Assim, “alude-se, na hipótese, à decadência, porque, em razão da inatividade, o respectivo titular deixou de constituir o respectivo direito.” (GRINOVER, et al., 2007, p. 233)

A doutrina compara e diferencia prescrição e decadência, Sergio C. Filho (2014, p.357 apud ERTHAL, p. 181):

A prescrição atinge a exigibilidade dos direitos subjetivos; a decadência, os direitos potestativos (e não quaisquer direitos), de modo que aquela impede que o credor cobre do devedor o seu crédito e a última inibe ao titular a praticar um ato de vontade.

No campo do CDC os institutos prescrição e decadência são classificados de forma separada, onde o art. 26 do CDC institui prazo decadencial para reclamar dos vícios dos produtos e dos serviços e prazo prescricional de 5 (cinco) anos, para

cobrar a indenização pelos danos sofridos de fato do produto ou do serviço (acidentes de consumo), que estão expressos no art. 27 do CDC.

São prazos considerados distintos tanto pela doutrina, quando pela jurisprudência. A título de curiosidade, o STJ vem julgando à respeito de tal distinção, vejamos:

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO. PRESCRIÇÃO. A AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR FATO DO PRODUTO PRESCREVE EM CINCO ANOS (ARTS. 12 E 27 DO CDC), NÃO SE APLICANDO A HIPÓTESE AS DISPOSIÇÕES SOBRE VICIO DO PRODUTO (ARTS. 18, 20 E 26 DO CDC). RECURSO CONHECIDO E PROVIDO.

(STJ - REsp: 100710 SP 1996/0043118-3, Relator: Ministro RUY ROSADO DE AGUIAR, Data de Julgamento: 25/11/1996, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJ 03.02.1997 p. 733 JBCC vol. 181 p. 93 RSTJ vol. 94 p. 268 RT vol. 739 p. 238)

DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO DE PRECEITO COMINATORIO. SUBSTITUIÇÃO DE MOBILIÁRIO ENTREGUE COM DEFEITO. VICIO APARENTE. BEM DURAVEL. OCORRENCIA DE DECADENCIA. PRAZO DE NOVENTA DIAS. ART. 26, II, DA LEI 8.078/1990. DOUTRINA. PRECEDENTE DA TURMA. RECURSO PROVIDO. I - EXISTINDO VICIO APARENTE, DE FACIL CONSTATAÇÃO NO PRODUTO, NÃO HA QUE SE FALAR EM PRESCRIÇÃO QUINQUENAL, MAS, SIM, EM DECADENCIA DO DIREITO DO CONSUMIDOR DE RECLAMAR PELA DESCONFORMIDADE DO PACTUADO, INCIDINDO O ART. 26 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. II - O ART. 27 DO MESMO DIPLOMA LEGAL CUIDA SOMENTE DAS HIPÓTESES EM QUE ESTÃO PRESENTES VICIOS DE QUALIDADE DO PRODUTO POR INSEGURANÇA, OU SEJA, CASOS EM QUE PRODUTO TRAZ UM VICIO INTRINSECO QUE POTENCIALIZA UM ACIDENTE DE CONSUMO, SUJEITANDO-SE O CONSUMIDOR A UM PERIGO IMINENTE. (...)

(STJ - REsp: 114473 RJ 1996/0074492-0, Relator: Ministro SÁLVIO DE FIGUEIREDO TEIXEIRA, Data de Julgamento: 24/03/1997, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJ 05.05.1997 p. 17060 JBCC vol. 181 p. 103)

3.1 DECADÊNCIA NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O CRITÉRIO DA VIDA ÚTIL DO PRODUTO

Quando estamos diante de vício do produto ou do serviço, estamos falando do instituto da decadência, que encontra embasamento legal no art. 26º do CDC:

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§ 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§ 2º Obstat a decadência:

I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

II - (Vetado).

III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.

§ 3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

As normas e prazos decadenciais somente se aplicam às hipóteses de vícios de qualidade por inadequação e vícios de quantidade do produto e do serviço, reguladas nos arts. 18 a 25, do CDC.

É de 30 dias o prazo decadencial para produtos e serviços não duráveis e de 90 dias para produtos e serviços duráveis. Os produtos não duráveis são aqueles produtos de vida útil que são consumidos com pouco tempo de uso, como alimentos, medicamentos, produtos de higiene, de limpeza, corporais etc. E ao contrário dos não duráveis, os produtos duráveis são aqueles que têm a vida útil mais extensa, duradora: carros, imóveis etc.

Na prestação de serviço, para contar tal prazo, o que deve ser observado é o tempo que durou o resultado, e não a duração do desenvolvimento da prestação para chegar ao resultado. Na hipótese, o autor Sergio C. Filho (2014, p.210 apud GUIMARÃES, p. 403-404):

O conceito de durável e não durável está ligado aos efeitos que o serviço gera ao consumidor. Quando contratamos uma empresa para a dedetização de nossas residências, é irrelevante para a conceituação o fato de a empresa demorar duas horas para realizar o trabalho. Para a conceituação jurídica é importante apenas que aquele serviço, segundo a informação dada pelo fornecedor, afastará os insetos de nossas casas, por, digamos, seis meses. Nesse caso poderemos classifica-lo como serviço durável.

A doutrina ainda nos diz que: “a qualificação dos produtos ou serviços como de consumo duráveis ou não duráveis envolve a sua maior ou menor durabilidade, mensurada em termos de tempo de consumo.” (GRINOVER, et al., 2007, p.237)

O STJ diferencia produtos duráveis de não duráveis, como sendo:

DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO DE PRECEITO COMINATORIO. SUBSTITUIÇÃO DE MOBILIARIO ENTREGUE COM DEFEITO. VICIO APARENTE. BEM DURAVEL. OCORRENCIA DE DECADENCIA. PRAZO DE NOVENTA DIAS. ART. 26, II, DA LEI 8.078/1990. DOUTRINA. PRECEDENTE DA TURMA. RECURSO PROVIDO. **III - ENTENDE-SE POR PRODUTOS NÃO-DURAVEIS AQUELES QUE SE EXAUREM NO PRIMEIRO USO OU LOGO APOS SUA AQUISIÇÃO, ENQUANTO QUE OS DURAVEIS, DEFINIDOS POR EXCLUSÃO, SERIAM AQUELES DE VIDA UTIL NÃO-EFÊMERA.**

(STJ - REsp: 114473 RJ 1996/0074492-0, Relator: Ministro SÁLVIO DE FIGUEIREDO TEIXEIRA, Data de Julgamento: 24/03/1997, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: DJ 05.05.1997 p. 17060 JBCC vol. 181 p. 103)

Existem dois tipos de vícios que podem ser detectados nesses produtos e serviços, sendo eles duráveis ou não duráveis, são os chamados vícios aparentes e vícios ocultos. Os doutrinadores Grinover, et al., (2007, p. 237), exemplificam o que seriam tais vícios:

Vício aparente, na dicção legal, é o vício de fácil constatação (v.g., o produto farmacêutico ou alimentar visivelmente deteriorado, alterado, adulterado ou com prazo de validade vencido, bem como o eletrodoméstico que é entregue ao consumidor com avarias de defeitos visíveis). Vício oculto, *a contrario sensu*, é aquele que não se visualiza de pronto e, portanto, de difícil constatação (v.g., o defeito no sistema elétrico de qualquer aparelho ou máquina industrial).

Ao tratar dos vícios inseridos no Código de Defesa do Consumidor, Zelmo Denari (2001, p. 204) nos ensina que:

O vício aparente é o vício de fácil constatação, citando como exemplos: "o produto farmacêutico ou alimentar visivelmente deteriorado, alterado, adulterado ou com prazo de validade vencido, bem como o eletrodoméstico que é entregue ao consumidor com avarias e defeitos visíveis"; salienta, ainda, que o vício oculto é aquele que não se visualiza de pronto e, portanto, de difícil constatação, citando como exemplo: "o defeito no sistema elétrico de qualquer aparelho ou máquina industrial."

Ainda, a doutrina destaca que "o vício oculto é aquele que o consumidor só consegue detectar com conhecimento técnico especializado ou com esforço substancial." (BENJAMIM, 1991, p. 133)

Para os vícios aparentes, inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução do serviço (art. 26, §1º CDC). Quanto aos vícios ocultos a lei nos diz, "tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito (art. 26, §3º do CDC).

O Código de Defesa do Consumidor estipula prazos iguais tanto para os vícios ocultos, tanto para os vícios aparentes, observando se o produto é durável ou não durável, o que muda é o *dies a quo* da contagem do prazo. Assim, Sergio C. Filho (2014, p. 363) salienta que “os prazos, tanto para os vícios aparentes como para os ocultos, são os mesmos. O que diferencia um do outro é o *dies a quo*, isto é, o seu ponto de partida, o momento em que o prazo começa a fluir.

No tocante aos vícios ocultos de que trata o § 3º, do art. 26 do CDC, leva a doutrina a se indagar, no sentido de até quando o fornecedor permanecerá responsável pelo produto ou serviço. Como já mencionamos acima, o fornecedor não poderá ser responsabilizado eternamente pelos produtos e serviços postos para circular no mercado. Por mais que sejam duráveis, os produtos e serviços não têm garantia eterna.

Ademais, com o intuito de resolver tal indagação, criou-se no ordenamento jurídico brasileiro, o critério da vida útil do produto, para solucionar os casos que vícios ocultos forem detectados (§3º, art. 26 do CDC).

A propósito, Sergio C. Filho (2014, p.363 apud MARQUES, p. 1196-1197) observa:

Se o vício é oculto, porque se manifestou somente com o uso, experimentação do produto ou porque se evidenciará muito tempo após a tradição, o limite temporal da garantia legal está em aberto, seu termo inicial, segundo o §3º, art.26 do CDC, é a descoberta do vício (talvez meses ou anos após o contrato) é que passarão a os 30 ou 90 dias. Será, então, a nova garantia eterna? Não, os bens de consumo possuem uma durabilidade determinada. É a chamada vida útil do produto.

O consumidor, sujeito vulnerável, necessita de tratamento desigual perante o fornecedor. O critério da vida útil confere ao ordenamento jurídico coerência e evidencia ainda mais a proteção constitucional que foi implementada pelo ordenamento jurídico brasileiro ao consumidor. Para os autores Benjamim, Marques, & Bessa, (2013, p.213):

Esta tutela, mais intensa, em relação aos prazos decadenciais, só é possível pelo critério da vida útil dos produtos e serviços. Desse modo, mantém-se a desejada e necessária coerência do ordenamento jurídico, prestigiando-se, em última análise, o princípio da isonomia, o qual, como se sabe, rejeita o tratamento igualitário para situações diferentes. O consumidor, sujeito concreto e diferente (frágil), requer tratamento mais favorável.

Alude nesse sentido os autores Benjamim, Marques, & Bessa (2013, p. 212):

Desse modo, o critério para delimitação do prazo máximo de aparecimento do vício oculto passa a ser o da vida útil do bem, o que, além de conferir ampla flexibilidade ao julgador, releva a importância da análise do caso concreto em que o fator tempo é apenas um dos elementos a ser apreciado. Autorizada doutrina sustenta a aplicação do critério da vida útil como limite temporal para o surgimento do vício oculto.

Os prazos que são estipulados no art. 26, I e II, do CDC, quando o vício for o oculto, só começarão a correr quando detectado o vício, conforme o §3º, do referido artigo. Assim, nos ensina Sergio C. Filho (2014, p. 363):

O art. 26 do CDC, como se vê não estabelece um prazo de garantia legal para que o fornecedor responda pelos vícios do produto ou do serviço. Há apenas um prazo para que o consumidor, tomando conhecimento do vício (aparente ou oculto), possa reclamar a reparação

Embora ainda não pacificado, o STJ vem adotando, conforme a doutrina, o critério da vida útil do produto para a contagem do prazo decadencial:

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. DOCTRINA E JURISPRUDÊNCIA. EXEGESE DO ART. 26, § 3º, DO CDC.

(...) 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. (...) 10. Recurso especial conhecido em parte e, na extensão, não provido. (STJ- REsp 984106 / SC, Superior Tribunal de Justiça. 4ª Turma, Min. Luis Felipe Salomão)

DIREITO DO CONSUMIDOR - RECURSO ESPECIAL - ART. 177 DO CC/16 - AUSÊNCIA DE PREQUESTIONAMENTO - SÚMULA 356/STF - INDENIZAÇÃO - SEMENTES DE ALGODÃO DE QUALIDADE INFERIOR - VÍCIO DE QUALIDADE DE PRODUTO NÃO DURÁVEL - PRAZO PARA O AJUIZAMENTO DA AÇÃO INDENIZATÓRIA - ART. 26, I, DA LEI Nº 8.078/90 - INÍCIO DA CONTAGEM - VÍCIO OCULTO - MOMENTO EM QUE EVIDENCIADO - **ART. 26, § 3º, DA LEI Nº 8.078/90 - DECADÊNCIA MANTIDA - DISSÍDIO PRETORIANO NÃO COMPROVADO. (...)**3 - Baseando-se o pedido de indenização na ocorrência de vício de qualidade de produto não durável (entrega de sementes de algodão de qualidade inferior à contratada), o prazo decadencial para o ajuizamento da ação é o previsto no art. 26, I, da Lei nº 8.078/90. Tratando-se de vício oculto, porquanto na aquisição das sementes ele não era detectável, a contagem do prazo iniciou-se no momento em que aquele se tornou evidente para o consumidor, nos termos do art. 26, § 3º, da Lei nº 8.078/90. Logo, o prazo já havia se escoado, há nove meses, quando da propositura da presente ação. Ademais, o prazo prescricional estabelecido no art. 27 do mesmo diploma legal somente se refere à responsabilidade pelo fato do produto (defeito relativo à falha na segurança), em caso de pretensão à reparação de danos. 4 - Precedentes (REsp nºs 114.473/RJ, 258.643/RR). 5 - Recurso não conhecido.

(STJ - REsp: 442368 MT 2002/0075701-0, Relator: Ministro JORGE SCARTEZZINI, Data de Julgamento: 05/10/2004, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: --> DJ 14/02/2005 p. 208RSTJ vol. 190 p. 386)

RECURSO ESPECIAL. CONSUMIDOR. VÍCIO OCULTO. PRODUTO DURÁVEL. RECLAMAÇÃO. TERMO INICIAL.

(...) 3. De fato, conforme premissa de fato fixada pela corte de origem, o vício do produto era oculto. Nesse sentido, o dies a quo do prazo decadencial de que trata o art. 26, § 6º, do Código de Defesa do Consumidor é a data em ficar evidenciado o aludido vício, ainda que haja uma garantia contratual, sem abandonar, contudo, o critério da vida útil do bem durável, a fim de que o fornecedor não fique responsável por solucionar o vício eternamente. A propósito, esta Corte já apontou nesse sentido. 4. Recurso especial conhecido e provido.

(STJ - REsp: 1123004 DF 2009/0026188-1, Relator: Ministro MAURO CAMPBELL MARQUES, Data de Julgamento: 01/12/2011, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 09/12/2011)

AGRAVO REGIMENTAL EM RECURSO ESPECIAL. VÍCIO OCULTO. ART. 26, § 3º, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. PRAZO DECADENCIAL. TERMO INICIAL. MOMENTO DO SURGIMENTO DO DEFEITO. FLUÊNCIA. INTERRUÇÃO. AFERIÇÃO DA TESE. AUSÊNCIA DE ELEMENTOS FÁTICOS. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA N. 7 DO STJ. DISSÍDIO JURISPRUDENCIAL APRESENTADO DE FORMA DEFICIENTE. RECURSO IMPROVIDO. **1. Art. 26, § 3º, do Código de Defesa do Consumidor. Vício oculto. Dies a quo do prazo decadencial. Momento em que o vício se torna perceptível ao consumidor. Ou seja, a data em que o produto não funciona ou funciona inadequadamente, e não da data da aquisição dos bens. (...)** 4. Agravo regimental a que se nega provimento.

(STJ - AgRg no REsp: 1171635 MT 2009/0239623-7, Relator: Ministro VASCO DELLA GIUSTINA (DESEMBARGADOR CONVOCADO DO TJ/RS), Data de Julgamento: 23/11/2010, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 03/12/2010)

Ainda no tema de decadência, para a aplicação dos prazos que já mencionamos acima, é importantíssimo analisar se o vício que se encontra no produto ou serviço decorreu de defeito de fabricação, ou se esse defeito decorreu do desgaste natural pela utilização do mesmo. No entendimento de Sergio C. Filho (2014, p. 364):

Pois bem, o prazo de garantia legal busca proteger o consumidor dos defeitos relacionados aos vícios do produto ou serviço (defeito intrínseco, existente desde a sua fabricação ou prestação), quer sejam eles aparentes quer ocultos, pelo que não estão cobertos pela garantia os defeitos decorrentes do desgastes natural do produto ou da sua má conservação.

Pelo critério da vida útil, a Justiça terá que verificar em cada caso por perícia, se o vício está decorrendo da qualidade do produto ou serviço, ou se é decorrente do desgaste natural. Se for por um defeito de fabricação o juiz dará ao consumidor, o direito à reparação pelo fornecedor. Agora, se no caso for verificado que o produto já está em fase de degradação, o juiz não poderá obrigar o fornecedor a substituição de tal produto ou serviço, sem apurar pela perícia, a origem da degradação. Assim diz Sérgio C. Filho (2014, p. 364):

Em resumo: quando o bem for novo, haverá uma presunção relativa de que o vício é de origem, podendo o ônus da prova ser invertido pelo juiz; quando o bem não for novo, deve-se atentar para a vida útil do produto ou serviço, e a prova da anterioridade do vício deve ser feita mediante perícia.

Logo, a perícia é fundamental no caso concreto, se verificado que o produto está com vícios que foram implementados pelo fornecedor, fica o fornecedor responsável por reparar o dano que tal vício causou.

3.2 PRESCRIÇÃO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Concluído o conceito de decadência e o e seus prazos legais, juntamente com o critério da vida útil do produto, passaremos agora à análise da prescrição e seu campo de aplicação, que encontra embasamento legal no art. 27 do CDC:

Art. 27. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista na Seção II deste Capítulo, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

Na busca de garantir ao consumidor a integridade de seus direitos, para que estes não fossem tirados por circunstâncias fora de sua esfera jurídica, o legislador inovou a contagem do prazo prescricional.

É de suma importância dizer que o CDC está em perfeita harmonia com o Código Civil, e, portanto, prevalece a ideia na qual o que se prescreve não é o direito subjetivo do consumidor, mas a pretensão à reparação pelos danos que foram causados no fato do produto ou do serviço.

Para fins de conhecimento, podemos exemplificar o fato de produto, como uma TV que explode e causa lesão ao consumidor; um carro que o freio não funciona e causa um acidente; um telefone que explode e causa dano ao consumidor etc. E também, exemplos de fato do serviço: um muro que foi mal feito e cai sobre as pessoas; um conserto de motor de carro mal executado que provoque um acidente; um ventilador mal instalado que cai e causa ferimentos ao consumidor etc.

Em todos esses casos, para buscar a reparação dos danos experimentados, o consumidor deverá ajuizar a ação reparatória no prazo do art. 27 do CDC.

Para se começar a contar o prazo prescricional, o art. 27 do CDC traz dois requisitos que devem ser observados, a saber: o conhecimento do dano e o conhecimento de sua autoria.

A doutrina exemplifica o início da contagem prescricional da seguinte forma: “Se determinada doença manifestar-se em um consumidor anos após ter utilizado algum medicamento, somente a partir daí começa a correr o prazo prescricional de cinco anos.” (FILHO, 2014, p.358)

O dispositivo legal da prescrição também cita o conhecimento da autoria além do conhecimento do dano para o início do prazo prescricional, pois o consumidor, ciente do dano, pode não detectar quem é o responsável pelo evento danoso. Observe exemplo doutrinário (Grinover, et al., 2007, p.242) acerca da autoria:

Suponhamos, por exemplo, que um medicamento ainda indeterminado tenha dado causa a acidente de consumo. O prazo prescricional somente inicia sua contagem após o conhecimento da autoria do dano, ou seja, após a identificação do laboratório responsável pela fabricação do medicamento nocivo à saúde.

Todavia, o *dies a quo* do prazo prescricional deverá observar os dois requisitos, o conhecimento do dano (conhecimento do defeito) do fato do produto ou serviço, e o conhecimento do fornecedor.

Pode-se observar que tais requisitos são uma garantia ao consumidor, que se não estiverem reunidos simultaneamente, o prazo prescricional não correrá. Daí o prazo para o consumidor acionar o fornecedor por danos de fato do produto ou do serviço, pode se prolongar excessivamente. Nota-se que o legislador não estipulou prazo máximo para o exercício do direito de ação contra o fornecedor.

Desta forma, o consumidor que adquiriu um produto ou serviço que lhe causou um dano, mesmo se passados muitos anos, ficando o juiz incumbido de analisar no caso concreto o motivo real da demora na propositura da ação de reparação. A STJ em seus julgados vem decidindo a respeito de tal instituto e seu prazo:

Pacote turístico. Copa do Mundo. Art. 27 do Código de Defesa do Consumidor. 1. **A ação de indenização pela falta de entrega dos ingressos para a final da Copa do Mundo, incluídos no pacote turístico comprado pelos autores, está subordinada ao prazo de cinco anos previsto no art. 27 do Código de Defesa do Consumidor, e não ao do art. 26 do mesmo Código. 2. Recurso especial não conhecido.** (STJ - REsp: 435830 RJ 2002/0060018-3, Relator: Ministro CARLOS ALBERTO MENEZES DIREITO, Data de Julgamento: 11/02/2003, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: --> DJ 10/03/2003 p. 194 RSTJ vol. 173 p. 238)

CIVIL. PROCESSUAL CIVIL. RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. VEÍCULO COM DEFEITO. RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR. INDENIZAÇÃO. DANOS MORAIS. VALOR INDENIZATÓRIO. REDUÇÃO DO QUANTUM. PRECEDENTES DESTA CORTE. (..) 2. **Verifica-se, in casu, que se trata de defeito relativo à falha na segurança, de caso em que o produto traz um vício intrínseco que potencializa um acidente de consumo, sujeitando-se o consumidor a um perigo iminente (defeito na mangueira de alimentação de combustível do veículo, propiciando vazamento causador do incêndio). Aplicação da regra do artigo 27 do CDC. (...) 6. Recurso conhecido parcialmente e, nesta parte, provido.** (STJ - REsp: 575469 RJ 2003/0153761-7, Relator: Ministro JORGE SCARTEZZINI, Data de Julgamento: 18/11/2004, T4 - QUARTA TURMA, Data de Publicação: --> DJ 06/12/2004 p. 325RSTJ vol. 197 p. 372RT vol. 835 p. 189)

O prazo prescricional foi fixado em cinco anos para a reparação dos danos, causados por acidentes de consumo. Esse prazo só será interrompido naquilo que for possível para aplicar o CDC. Ainda, as causas interruptivas e suspensivas da prescrição previstas nos arts. 198, 199 e 202 do Código Civil.

É notório que a relação de consumo é amparada pela legislação especial, que através de mandamento constitucional, nasceu à tutela do consumidor, e também os prazos para requererem seus direitos. Porém, desde alguns anos atrás podemos observar que os fornecedores estão reduzindo a vida útil dos produtos. Essa conduta é reconhecida pelo nosso ordenamento jurídico, e foi chamada de obsolescência planejada/programada.

4. A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA SOB A ÓTICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR

A prática da obsolescência programada condiz em reduzir propositalmente o prazo de vida dos produtos, assim Rafael Henrique Renner (2012, p.406)

Todo e qualquer produto é elaborado e projetado para possuir um prazo razoável de durabilidade. Porém, para estimular o consumo e o descarte de produtos, é possível que, intencionalmente, os produtos sejam criados para durar um prazo muito inferior ao que efetivamente se esperaria que este durasse.

O Supracitado autor (2012, p.407) ainda nos diz que:

Por obsolescência programada entende-se o processo artificial de redução da durabilidade de um determinado produto, com o objetivo de induzir a substituição do produto em um prazo muito inferior do que o esperado, de modo a provocar o descarte deste e a compra de um substituto. Nessa senda, os produtos rapidamente se tornam ultrapassados e os consumidores são estimulados a adquirir outros, descartando os anteriores.

Desse modo, ao introduzir no mercado um produto com durabilidade reduzida, o consumidor é "obrigado" de forma indireta a substituir de maneira mais frequente os produtos, do que usualmente fariam, é assim que o autor Rafael Henrique Renner (2012, p. 407 apud CABRAL; RODRIGUES) nos ensina:

A obsolescência programada consiste na 'redução artificial da durabilidade de um bem de consumo, de modo a induzir os consumidores a adquirirem produtos substitutos dentro de um prazo menor e, conseqüentemente, com uma maior frequência, do que usualmente fariam'. Tal redução da durabilidade não se resume apenas a uma menor duração de um produto,

mas também a perda ou redução de sua utilidade depois de determinado período de tempo.

A prática da obsolescência programada lesa a expectativa do consumidor e de seu patrimônio. Segundo o § 2º, do art. 20 do CDC: “são impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.”

Dessa maneira, “a norma, então, mais uma vez fala em expectativa do consumidor naquilo que seja o fim que razoavelmente possa o serviço ofertado concretizar.” (NUNES, 2018, p. 301)

Além da expectativa, essa conduta também lesa a boa-fé que deve estar presente nas relações consumo. Segundo o art. 4, II, alínea d, do CDC, os produtos e serviços devem ser dotados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho. Com a obsolescência programada, todos os itens da alínea d do mencionado artigo são ignorados, observe:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995) [...]

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

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

O STJ ressalta a importância da Política Nacional das Relações de Consumo, e nos diz:

“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 antiga.

[...]

Certamente, práticas abusivas como algumas das citadas devem ser combatidas pelo Judiciário, visto que contraria a Política Nacional das Relações de Consumo, de cujos princípios se extraem a "garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho" (art. 4º, inciso II, alínea "d", do CDC), além de gerar inegável impacto ambiental decorrente do descarte crescente de materiais (como lixo eletrônico) na natureza."

(REsp 984106/SC, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, julgado em 04/10/2012, DJe 20/11/2012).

Essa prática também viola os incisos II, III e IV do art. 6º do CDC:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...]

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

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade 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;

A informação ao consumidor sobre determinado produto deve ser clara e precisa, desta maneira, o consumidor terá melhor condições de decidir por um melhor produto de qualidade. Não fugindo dessa ideia o Recurso Inominado nº: 2013.100261-0, que tem como relator Alexandre Morais da Rosa, Primeira Turma de Recursos da Comarca da Capital/SC, julgou da seguinte forma:

ELAÇÃO DE CONSUMO – OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA – AQUISIÇÃO DE COMPUTADOR COM SISTEMA OPERACIONAL QUE FORA SUBSTITUÍDO 1 MÊS APÓS A VENDA – DIREITO BÁSICO À INFORMAÇÃO CLARA E PRECISA – DIREITO DE ARREPENDIMENTO – ATUALIZAÇÃO DE SOFTWARE – CONDENAÇÃO AO PAGAMENTO DO VALOR DO PRODUTO – VÍCIO DO PRODUTO/VÍCIO DE INFORMAÇÃO – RECURSO DESPROVIDO

1. A prática de obsolescência programada é abusiva e fere o princípio da boa-fé objetiva nas relações de consumo e o direito básico à informação clara e precisa. É dever do fornecedor, em atenção à boa-fé contratual e as legítimas expectativas do consumidor, alertá-lo sobre a provável obsolescência do produto quando sabe inequivocamente da iminência de substituição ou atualização.

2. A atualidade do produto ou serviço é característica de qualidade e valor, portanto insere-se dentre as informações essenciais do produto, cujo dever de prestá-las reflete atenção à direito básico do consumidor, na forma do art. 6º, inciso III, do CDC.

3. O dever do fornecedor de prestar informação clara e precisa (art. 6º, inciso III, do CDC) se reforça e amplia na medida da complexidade do

produto ou serviço. Portanto, não basta a mera disponibilização de informações ininteligíveis ao leigo. A complexidade do produto, computador e softwares, demanda especial atenção ao dever de informação, em caráter objetivo. É da jurisprudência:

"Ademais, o fornecedor somente se desincumbe de forma satisfatória do dever de informar quando os dados necessários à tomada de decisão pelo consumidor são por ele cognoscíveis. Não basta portanto dar a conhecer, disponibilizar, é preciso que o consumidor efetivamente compreenda o que está sendo informado"

(TJRS, ACív n.º 70044971505, Des. Túlio de Oliveira Martins, j. 5/10/2011)
Neste sentido, o vício de informação se caracteriza pela constatação do comportamento paradoxal do consumidor, independentemente dos dados estarem disponibilizados, afinal, é inverossímil que o consumidor, devidamente bem informado pelo fornecedor, se arrependa de imediato da aquisição de um produto que supostamente funciona como o planejado.

A informação evita males ao consumidor, assim "se é na informação que está o poder, a falta desta representa intrinsecamente um *minus*, uma vulnerabilidade tanto maior quanto mais importante dor esta informação detida pelo outro." (FRANZOLIN, 2017, p. 12 apud MARQUES, 2016, p. 338)

Ainda assim, o autor Cláudio José Franzolin (2017, p.12) nos diz:

Nesta rota, o dever de informação a ser exigido do fornecedor quanto ao tempo de ciclo de vida dos seus produtos permite contribuir com o consumidor para que não veja suas expectativas frustradas; além disso, permitirá a ele avaliar o equilíbrio das prestações, afinal, um consumidor que paga 100 por um equipamento eletrônico cujo ciclo é 6 meses é diferente daquele que paga os mesmos 100 para um ciclo de vida de 1 ano.

E continua o autor supracitado (2017, p.12):

É que tendo a informação acerca do período do ciclo de vida do produto e verificando que ele não irá superar o mínimo razoável para recuperar seu investimento, permitirá ao consumidor mais racionalidade para deliberar se irá: i. Adquirir ou não o produto de reduzido ciclo de vida; ii. Adiar sua aquisição, considerando o ciclo de vida informado; iii. avaliar se o produto compromete ou não o desenvolvimento sustentável, entre outros critérios de racionalidade para a sua decisão.

A publicidade é o meio pelo qual muitas das vezes os consumidores são enganados pelos fornecedores, e são levados a consumirem cada vez mais, é a chamada sociedade do hiperconsumo. O art. 37 do CDC veda essa prática do fornecedor, em torna público propagandas enganosas e abusivas, veja:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (Vetado).

Infelizmente a publicidade elevou-se a falsa sensação de deterioração e imprestabilidade do produto, assim afirma o autor Júlio Gonzaga Andrade Neves (2013, p.12 apud DIAS, 2010, p.27):

A partir do século XX, como surgimento da sociedade de massa e avanço dos meios de comunicação (advento do rádio nos anos 20 e da televisão na década de 40), a publicidade passa a adquirir também uma função de informar o consumidor com a finalidade precípua de estimular novas demandas; convencê-lo, por meio da persuasão, à aquisição de produtos e serviços.

Outro acórdão que destaca a importância da informação na relação de consumo, para que o consumidor não seja lesado por publicidade enganosa, é citado pelo autor Cláudio José Franzolin (2017, p.14):

“Indenização – Dano moral e material – publicidade enganosa – aquisição de veículo automotor sob promessa de não mudança de linha no mesmo ano. Lançamento antecipado pelo fabricante do mesmo carro com novo modelo um mês após a compra que causa desvalorização do bem. Omissão de informação adequada e clara sobre o produto que ofende direito fundamental do consumidor. Prática comercial abusiva que enseja o dever de ressarcimento – verbas devidas. (TJPB. Proc.200.2011.930.354-9 – 3ª T. Recurso Cív. – j. 06.02.2012 – vu – Rel. Des Eduardo José de Carvalho Soares – Área do direito: consumidor)

A responsabilidade do fornecedor pelos vícios ocultos de qualidade ou quantidade que torna o produto impróprio para o consumo é expressa no art. 18 do CDC:

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com

a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

O prazo que o consumidor tem para exigir o conserto ou a substituição do bem quando o vício é aparente é 30 dias caso se trate de produtos não duráveis, ou de 90 dias sendo produtos duráveis. Porém, se tratando de vício oculto, a jurisprudência e doutrina pátria vêm adotando o critério da vida útil do produto. O prazo será o mesmo, de 30 ou 90 dias, conforme a durabilidade do produto, a diferença será que o prazo para reparação será contado a partir de quando o vício oculto surgir. Assim, “os prazos, tanto para os vícios aparentes como para os ocultos, são os mesmos. O que diferencia um do outro é o *dies a quo*, isto é, o seu ponto de partida, o momento em que o prazo começa a fluir.” (FILHO, 2014, p. 363)

O autor Rafael Henrique Renner (2012, p.409) cita um julgado do STJ acerca do critério da vida útil do produto:

“APELAÇÃO CÍVEL E RECURSO ADESIVO. RESPONSABILIDADE CIVIL. AQUISIÇÃO DE NOTEBOOK. DEFEITO NA PLACA DE MEMÓRIA. VÍCIO OCULTO. GARANTIA LEGAL. PRAZO NÃO EXPIRADO. SUBSTITUIÇÃO DO BEM. POSSIBILIDADE. Demonstrada a configuração de vício oculto no notebook adquirido pela autora, o termo inicial da garantia legal (90 dias - art. 26, II, do CDC) inicia com a descoberta do defeito (art. 26, §3º, do mesmo diploma legal), e não da data da entrega efetiva do produto. Em se tratando de um microcomputador portátil, inadmissível que apresente problemas em curto espaço de uso. Evidente, assim, a responsabilidade da ré em solucionar o problema do produto da demandante, com a sua substituição por outro equipamento de características semelhantes, nos exatos termos do art. 18, § 1º, do Código de Defesa do Consumidor, devendo a apelada restituir o produto defeituoso à requerida no ato da entrega do novo notebook. Sentença parcialmente reformada. DANO MORAL. PESSOA JURÍDICA. MERO DISSABOR. Ainda que a pessoa jurídica seja passível de sofrer lesão de natureza moral, quando abalada em sua honra objetiva, na esteira da Súmula 227 do STJ, o direito deve reservar-se à tutela de fatos graves, que atinjam bens jurídicos relevantes, sob pena de se levar à banalização do instituto com a constante reparação de diminutos desentendimentos do cotidiano. Hipótese em que não restou comprovado que o ato ilícito praticado pela ré acarretou a necessária APELAÇÃO PARCIALMENTE PROVIDA. RECURSO ADESIVO DESPROVIDO. (Apelação Cível Nº 70046931457, Décima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Paulo Roberto Lessa Franz, Julgado em 16/02/2012)”

Não há jurisprudência consolidada no STJ acerca da obsolescência programada, mas o STJ reconheceu em um julgado essa prática dos fornecedores, e o direito do consumidor em exigir a reparação/substituição do bem a partir do aparecimento do vício oculto:

“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. DOCTRINA E JURISPRUDÊNCIA. EXEGESE DO ART. 26, § 3º, DO CDC.

(...)

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 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 90 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 984.106/SC – Rel. Min. Luis Felipe Salomão – 4ª Turma do STJ – j. em 04/10/2012)”

Na referida ação ficou constatado que outros tratores também apresentaram o mesmo defeito, como sendo um bem durável, esse trator tinha vida útil de dez mil horas, equivalente a dez a doze anos. O defeito oculto se manifestou após o prazo de garantia legal ter se expirado, porém, foi observado que o defeito não era por desgaste natural do tempo, e sim, por um vício oculto da fabricação.

Há também que se falar que o consumidor será tutelado, mesmo quando o produto adquirido já tenha saído de linha, assegurando que o produto terá peças para reposição, o artigo que trata desse direito é o art. 32º do CDC:

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

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

O autor Cláudio José Franzolin (2017, p.12) nos revela a importância de se manter a vida útil do produto:

Este art. 32 é uma proteção do consumidor porque a preocupação é com preservação do funcionamento do produto, afinal, o produto pode parar de funcionar em decorrência da falta de uma peça de reposição e tornar-se imprestável. Por conseguinte, impõe-se ao fornecedor manter abastecido o mercado com peças de reposição mesmo diante de produtos que já saíram de linha. É uma forma de garantir a manutenção do ciclo de vida do produto.

A obsolescência programada também é caracterizada quando o fornecedor além de reduzir a vida útil e qualidade do produto, não disponibiliza no mercado

peças para a reparação destes. O autor Rafael Henrique Renner (2012, p.413) nos menciona um julgado do acerca de tal conduta:

Apelações cíveis. Ação de indenização por danos material e moral. Relação de consumo. Aparelho celular com defeito. Telefone novo levado a conserto que volta a apresentar defeito. Assistência técnica que entrega à autora um outro aparelho, este também defeituoso, que vem a ser substituído por um terceiro que por igual não funciona regularmente. Autora que aguarda por cerca de dois meses o reparo do celular adquirido para ao final obter a informação da assistência técnica de que o defeito daquele era insanável. Ônus da prova sobre a inexistência do defeito de produto ou serviço que é *ope legis* conforme arts. 12, § 3º, II e, 14, § 3º, I, aqui em interpretação conjunta com o art. 6º, VIII do mesmo codex. Defeitos não sanados no prazo de 30 dias restando o produto inadequado ao fim a que se destina. Art. 18, caput, e §1º, CDC. Descumprimento ao dever de colocar produto e/ou serviço no mercado em padrão adequado de qualidade de molde a corresponder às legítimas expectativas do consumidor. Inteligência dos arts. 4º, II, d) c.c, 24, CDC. Obsolescência planejada. Prática abusiva do fornecedor de produtos. Não manutenção de peças originais no mercado por prazo razoável. Inteligência do art. 32 CDC. Fabricante que programa uma curta vida útil para o produto de modo que este, ao ser logo substituído, propicia o aquecimento do mercado e aumenta os ganhos. Danos material e moral configurados. Verba fixada com moderação diante das peculiaridades do caso eis que as reiteradas falhas na prestação do serviço impuseram à autora transtornos, desgastes e perda de tempo demasiados. Solidariedade dos fornecedores na forma do par. ún. do art. 7º CDC. Sentença de procedência que no mérito se confirma. Recurso adesivo da autora a que se dá provimento para determinar que os juros incidentes sobre a verba indenizatória fluam a partir da citação, eis que se trata de relação contratual. Desprovisionamento dos recursos das rés. (AC 0113399-87.2009.8.19.0001 – Rel. Des. Cristina Tereza Gaulia – 5ªCC do TJ/RJ – j. em 08/02/2011)

Sabemos que o consumidor é a parte vulnerável da relação de consumo e que a prática da obsolescência é abusiva e vai contra a boa-fé. Ao adquirir um produto eivado de vícios de fabricação e com a vida útil já marcada pelo fornecedor, o consumidor será ressarcido pelos danos materiais e morais que forem causados por essas práticas, conforme jurisprudências supracitadas. Contudo, devemos pensar em outro sujeito que é afetado dia pós dia por conta da prática da obsolescência programada, o planeta terra.

4.1 CONTEXTO HISTÓRICO E CONCEITO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Os países pós-guerra necessitavam de se desenvolver economicamente, e reduzir a vida útil das lâmpadas de 2.500 horas para 1.000 horas, manteria o mercado sempre aquecido. Essa prática ganhou a indústria da época e vem

refletindo até os dias atuais. Outros produtos também passaram a ser produzidos para durar menos, fazendo com que os consumidores consumissem cada vez mais, e assim, os fornecedores a cada dia contabilizariam mais lucros e crescimento econômico de suas empresas.

A autora Maria Beatriz Oliveira da Silva (2012, p.3) ainda menciona como exemplo algumas práticas antigas dos fornecedores em reduzir a vida útil do produto:

Muitos exemplos foram apresentados no decorrer do documentário para mostrar como, historicamente, evoluiu a obsolescência programada - que vai desde o caso das lâmpadas, passando pela invenção do Nylon com a criação de meias com fios de alta resistência e durabilidade (sonho de consumo de todas as mulheres) que foram “reprogramadas” para diminuir a durabilidade, até tempos bem recentes, com o famoso caso da primeira geração do iPod em que um artista de Nova York, pagou US\$ 500 por um iPod cuja bateria parou de funcionar oito meses depois e, quando foi reclamar, a resposta da Apple foi de que valeira a pena comprar um novo. O caso gerou passeata e ação coletiva na justiça.

Outro exemplo importante para análise trazido pelo documentário é o caso dos primeiros carros da Ford que eram verdadeiros “tratores” de tão fortes. A Chevrolet não tendo como competir com os motores da Ford em termos de durabilidade e qualidade vai operar com uma nova faceta da obsolescência programada: o design. Assim, a Ford tinha motor, mas a Chevrolet o design e, a cada novo design, o anterior ficava “velho” exigindo a troca em períodos cada vez mais curtos. O forte e velho modelo da Ford não tinha mais lugar no mercado.

Além do mais, o consumo em massa foi estimulado, conforme vimos no primeiro capítulo, as demandas de produtos aumentaram com a Revolução Industrial, os fornecedores passaram a produzir continuamente produtos diversificados, para todas as classes sociais da época.

O mercado passou a ter em abundância novos produtos, e que eram manipulados artificialmente para durarem determinado tempo. É assim que o hiperconsumo nasce, com a prática da obsolescência programada, também conhecida como obsolescência planejada, que além de reduzir drasticamente a vida do produto, lança ao mercado continuamente produtos mais novos, mais avançados, tornando-se obsoleto rapidamente o produto adquirido pelo consumidor. Dessa maneira fica o consumidor na busca insaciável pelo mais novo, pelo mais recente.

Podemos definir a obsolescência programada como sendo a estratégia do fornecedor em sempre manter o mercado aquecido com a movimentação contínua de mais variados produtos, e desde a sua concepção no mercado, ele vem com o tempo determinado de duração. Assim, o consumidor sempre descartará o

velho/obsoleto pelo novo. No pensamento de Cláudio José Franzolin (2017, p.5) a obsolescência programada é uma:

Estratégia tal que faz do produto, embora novo, seja considerado ultrapassado e velho; embora útil, seja considerado inútil; embora durável, seja efêmero; embora adequado, seja superado; embora valioso, seja depreciado; embora, ainda, eficiente, seja descartado.

Maria Beatriz Oliveira da Silva (2012, p.2) conceitua obsolescência como sendo:

A obsolescência programada, para os que ainda não estão familiarizados com o conceito, é uma estratégia da indústria para “encurtar” o ciclo de vida dos produtos visando a sua substituição por novos e, assim, fazendo, como já foi dito, “girar a roda” da sociedade de consumo. Poderíamos dizer que há uma lógica da descartabilidade programada desde a concepção dos produtos. Em outras palavras, as coisas já são feitas para durarem pouco.

Essa prática do fornecedor em tornar um produto com pouco tempo de uso e vida em antiquado e desinteressante geram danos ao consumidor, sua expectativa sobre aquele bem é frustrada, seu patrimônio é atingido e o meio ambiente sofre com tantos objetos descartados.

Foi George Frederick quem se utilizou pela primeira vez da expressão obsolescência planejado. No final de 1928, o autor publicou na revista *Adversiting anda Selling*. O autor Cláudio José Franzolin (2017, p. 5, apud, SLADE, 2006, p.58) cita o que o autor Frederick conceitua como sendo obsolescência:

A obsolescência é a estratégia por meio da qual os consumidores são induzidos a adquirir os mais variados bens, de forma contínua, sem que eles ainda tenham esgotado suas potencialidades de uso, ou seja, após um breve período de tempo, são descartados.

George Frederick, portanto “associou a obsolescência às transformações econômicas, pois o ato de destruição do que é velho para introduzir o novo auxilia e estimula as criações continuamente e também mantém o capitalismo. ” (FRANZOLIN, 2017, p. 5 apud SLADE, 2006, p. 59)

Essa é a ideia que fundamenta a obsolescência programada: o consumo passa a ser um modo de vida, com o fim de satisfazer os desejos dos consumidores, que passaram a descartar e substituir produtos variados de forma contínua.

Existem três espécies de obsolescência: de função, de qualidade e a de deseabilidade. E ainda, outra espécie de obsolescência passou a existir, chamada de obsolescência por incompatibilidade.

A obsolescência de função seria caracteriza como sendo aquela em que o fornecedor introduz um novo produto no mercado que execute melhor uma função do que aquele objeto mais antigo. Por exemplo: uma TV que antes só tinha dez polegadas, por uma que possui quarenta polegadas. Também, nessa modalidade de obsolescência podemos citar como exemplo os fornecedores que possuem produtos com o mais avançado estudo sobre eles, e maliciosamente lançam ao mercado produtos de baixa funcionalidade e potencialidade reduzida.

Seria o caso da Apple no Brasil, a ação contra mencionada empresa está em curso, assim, autor Cláudio José Franzolin (2017, p. 7) menciona uma matéria sobre o caso:

O Instituto Brasileiro de Política e Direito da Informática (IBDI), (...) acusa a empresa americana de prática comercial abusiva no lançamento do tablet iPad 4 no País. Se perder, a Apple pode ser obrigada a indenizar todos os consumidores que adquiriram o tablet de terceira geração, substituído em menos de um ano. O instituto alega que o iPad 4 não trouxe evolução tecnológica efetiva frente ao iPad 3, o 'Novo iPad', caracterizando o que classifica de "obsolescência programada". Na prática, a acusação é de que o iPad 3 da Apple já poderia ter chegado às prateleiras com as características da quarta geração - um processador, um conector e uma câmera um pouco mais avançados. Outro ponto levantado é que a retirada do "Novo iPad" da linha de produção da fabricante se deu sem a comunicação adequada no mercado brasileiro. "O consumidor achava que estava comprando um equipamento de ponta, sem saber que já era uma versão obsoleta", diz o advogado do IBDI, Sergio Palomares. Procurada, a Apple informou que ainda não tinha conhecimento da ação judicial. Encaminhada à 12ª Vara Cível do Distrito Federal no último dia 6, a ação aponta que a Apple quebrou o paradigma de aguardados lançamentos anuais – seguido na 1ª, 2ª e na 3ª geração do iPad - ao apresentar a quarta geração, em outubro de 2012, sete meses depois de lançar o tablet nos Estados Unidos e apenas cinco meses após o produto desembarcar no Brasil. O anúncio surpreendeu e gerou queixas de consumidores que tinham acabado de adquirir o iPad 3, apelidado por alguns de "Novo Velho iPad". Uma pesquisa da Toluna Quick Surveys com 2 mil clientes americanos da Apple revelou que 45% ficaram insatisfeitos com o lançamento. Segundo Palomares, a empresa fundada por Steve Jobs anunciou que substituiria os iPad 3 adquiridos 30 dias antes do lançamento do tablet de quarta geração. "Isso abriu um precedente. O que diferencia o consumidor americano do brasileiro?", indaga o advogado. Para os autores da ação, esse conjunto de fatores configura prática desleal. O instituto quer que a Justiça obrigue a Apple a substituir por novos os iPads da terceira geração adquiridos por brasileiros, sem custo. A empresa americana poderá ainda ser condenada a indenizar os consumidores em 50% do valor pago por iPad. À época, o aparelho custava entre R\$ 1.749,00 e R\$ 2.299,00. Também foi pedida uma multa por prática comercial abusiva, publicidade e oferta enganosa de produto. Segundo Palomares, além do dano individual a

conduta da Apple ensejou um dano coletivo. Na ação, o IBDI sugere que a multa seja equivalente a 30% do valor médio (R\$ 607,20) de cada unidade vendida no País, volume que deverá ser informado pela fabricante. Todos os pedidos sugerem pagamento de multa de R\$ 1 milhão caso uma eventual decisão favorável seja descumprida. O juiz Daniel Felipe Machado, responsável pelo caso, negou na sexta-feira um pedido de liminar em que o IBDI pedia que as vendas de todas as versões do iPad 3 fossem suspensas e os aparelhos retirados das lojas de imediato. Na semana passada a Apple perdeu o direito de usar o nome iPhone para smartphones no Brasil. A empresa está recorrendo da decisão do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), que acatou o registro no País concedido à Gradiente em 2008. A IGB Eletrônica, dona da Gradiente, entrou com o pedido em 2000, sete anos antes da Apple lançar seu primeiro iPhone.

Já na obsolescência de qualidade o produto tem durabilidade material muito baixa, ou seja, ele se gasta ou quebra com pouco tempo. O fornecedor propositalmente reduz a qualidade e a vida útil do produto.

Assim, a terceira espécie de obsolescência que é a de desejabilidade, nesta espécie, o produto ainda é novo, possui uma boa qualidade e aparência, porém, na cabeça do consumidor este objeto já está ultrapassado, tendo em vista que o produto novo apresenta um design mais atual. Por exemplo, o lançamento de carros todos os anos, modelos mais recentes, que alteram somente o design.

Ainda temos a obsolescência por incompatibilidade, que é aquela que torna um produto inútil por lançar modelos mais recentes que não são compatíveis com aquele produto que foi vendido posteriormente. Essa modalidade também torna os produtos de marcas diferentes incompatíveis, como por exemplo, o carregador do iPhone, que somente serve para os aparelhos de tal marca, e em algumas versões anteriores os carregadores vão mudando, e não são compatíveis entre si.

As espécies de obsolescência supracitadas visam a redução artificial da longevidade do bem. Essas são responsáveis por ditar que o consumidor busque consumir sempre mais. O consumo é diário e repetitivo.

Todos os países do mundo se utilizam da obsolescência programada para estruturar seus mercados. O modelo capitalista de consumo levou o consumidor a ter novas práticas ao consumir. O que antes era feito para durar, hoje é rapidamente descartável e substituído por produtos que com um piscar de olhos se tornam obsoletos porque o mercado já lançou um mais novo e moderno. O consumo é contínuo e repetitivo, estamos diante da cultura do descarte.

O mercado se adequou com facilidade a essa prática, tendo em vista que o maior beneficiado são os fornecedores, como diz Júlio Gonzaga Andrade Neves (2013, p.7):

Conquanto admissível em tese, e sempre digna de nota, parece-nos que a inter-relação entre o direito concorrencial, de um lado, e a tríade ambiental-consumidor-civil, de outro, tem-se esvaído com o passar das décadas no que diz respeito especificamente à obsolescência programada. E isso, note-se, não por uma razão técnico-jurídica, mas, antes, por uma constatação social fática: a precocidade do perecimento dos bens tornou-se um consenso mercadológico pelo qual quase todos se alinham, independentemente de pacto anticoncorrencial expresso.

4.2 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA – O PLANETA TERRA PEDE SOCORRO

A prática que os fornecedores vêm adotando em reduzir a vida útil do produto gera ao ambiente grande volume de resíduos sólidos. No dia 01/08/2018, a Global Footprint Network, uma organização não governamental de pesquisa de recursos naturais e mudanças climáticas revelou que a população esgotou o recurso da Terra, o ser humano passou a consumir acima da capacidade de renovação da natureza.

A Constituição Federal garante ao meio ambiente proteção contra qualquer conduta humana que tenha como resultado a destruição deste, veja-se:

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações. [...]

§ 1º Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao Poder Público: [...]

V - controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente;

VI - promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente.

Para Cristiane Derani (2008, p.248):

O meio ambiente ecologicamente equilibrado é um bem jurídico, constitucionalmente protegido. Este bem não pode ser desmembrado em parcelas individuais. Seu desfrute é necessariamente comunitário e reverte ao bem-estar individual. Já se disse que o meio ambiente, enquanto bem jurídico, apresenta-se como garantia das condições básicas necessárias

para a manutenção e desenvolvimento da vida em geral e da humana em particular.

Essa relação intensa entre ambiente e o consumidor, fez com que o legislador pátrio criasse legislações que visam proteger o ambiente. Em especial, podemos citar a Lei da Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei 12.305/2010), que em seu teor se preocupa com a reduzida vida útil dos produtos e sua destinação final.

Essa Lei sistematizou no Brasil novos deveres aos fornecedores quanto a assumir a responsabilidade pelo pós-consumo, assim, se na prática de reduzir a vida útil do produto, ou lançar a todo tempo novas versões desses produtos, terão deveres a serem cumpridos. Cláudio José Franzolin (2017, p.16) faz algumas observações acerca da supracitada Lei:

A dita lei passou a reconhecer expressamente, entre tantos outros princípios, o princípio da ecoeficiência (art. 6, V, da L. 12.305/2010 – LPNRS) ao destacar a importância de compatibilizar bens e serviços que satisfaçam necessidades humanas, e simultaneamente que assegurem qualidade de vida e reduzido impacto ambiental (arts. 7.º, III, XI, a e b, da LPNRS).

A lei também destaca a necessidade de os fornecedores implementarem a “responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos”. (arts. 3.º, XVII; 6, VII, 7.º, III, 30, parágrafo único). Além disso, a lei ampliou a responsabilidade dos fornecedores de maneira que ao desenvolverem e conceberem seus produtos: sejam produzidos a partir de materiais recicláveis (art. 30, VI, art. 31, I, a.); sejam adaptados para gerarem a menor quantidade possível de resíduos (art. 31, I, b.); sejam continuamente avaliados quanto ao ciclo de vida deles (art. 7.º, XIII), finalmente, sejam submetidos à logística reversa (art. 33).

E, ainda continua nos dizendo Cláudio José Franzolin (2017, p.16):

Em suma, a Política Nacional de Resíduos Sólidos, na verdade, assume a posição de uma norma objetivo e norma principiologica, repleta de conceitos indeterminados para serem preenchidas pelo intérprete; além disso, é uma lei que passa a impor, cada vez mais, valores ambientais ao mercado, de forma que os fornecedores devem avaliar custos, riscos e deveres futuros obrigados a assumirem na etapa pós-consumo; ou seja, cada vez mais, assumirão mais deveres à medida que decidem promover lançamentos de novas versões ou reduzir artificialmente o ciclo de vida dos seus produtos.

Maria Beatriz Oliveira da Silva (2012, p.13) menciona a importância da Lei para sanar os problemas que a obsolescência planejada está causando ao planeta:

A lei que institui a Política Nacional dos Resíduos Sólidos²² - Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010, regulamentada pelo decreto nº 7.404 de 23 de Dezembro de 2010, é extremamente abrangente porque dispõe sobre princípios, objetivos e instrumentos, bem como, sobre as diretrizes relativas

à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos (incluídos os perigosos), às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis-conforme o exposto no art.1º.

A autora Maria Beatriz Oliveira da Silva (2012, p.13) ainda nos diz que a responsabilização do fornecedor pós-consumo poderá futuramente levar os produtos a terem uma vida útil maior:

Entre os instrumentos de desenvolvimento econômico aplicáveis a lei traz a denominada logística reversa que, segundo o art.3º-XII, “é instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada”. Ou seja, trata-se da responsabilidade pós-consumo dos produtores de resíduos sólidos, instrumento que, acreditamos, se bem aplicado e futuramente ampliado a outros produtos ainda não constantes na lei, possa minimizar a obsolescência programada levando a concepção de produtos com um ciclo de vida mais longo do que o atual.

Portanto, a obsolescência é uma prática que vem sendo aplicada há anos pelos fornecedores, que com intuito de manter o mercado aquecido geram danos para relação de consumo e ao meio ambiente pela descartação contínua de resíduos sólidos. Essa é uma prática que deve ser repudiada pelo Estado, que é o responsável por proteger consumidor e o ambiente. Então se o consumidor for lesado, que este seja indenizado. Se o ambiente está cheio de lixo material, que o fornecedor seja responsabilizado pelo pós-consumo. Nada mais justo, quem provoca o dano deve ressarcir.

5. CONCLUSÃO

Diante todo exposto, pode-se concluir que a prática da obsolescência programada adotada pelos fornecedores de todo o mundo em reduzir a vida útil do produto, estimula o hiperconsumo, eis que os produtos apresentam defeitos rapidamente ou são considerados obsoletos, com isso são descartados com mais frequência do que seriam com sua vida útil normal.

A obsolescência programada é uma conduta reprovada pela jurisprudência pátria conforme julgados supracitados nesse trabalho, tanto no âmbito do consumo, quanto no âmbito ambiental. Agora já não mais se pensa em um consumo com durabilidade. Todos os produtos são fabricados com vícios ocultos e vida útil reduzida.

Dessa maneira, ficam os fornecedores responsáveis por todos os vícios ou danos que decorrerem de sua má-fé. E o Estado responsável por tutelar à parte vulnerável da relação de consumo, observando os prazos legais para mencionadas tutelas.

O hiperconsumo precisa ser controlado de maneira que o fornecedor seja responsável pelo pós-consumo, por isso a importância da intervenção Estatal pela busca do consumo sustentável e a conscientização dos consumidores.

REFERÊNCIAS

ALBALADEJO, Manuel. **Derecho civil; Introducción y parte general**. Barcelona, 1970.

AMARAL, Luiz Otávio de Oliveira. **Teoria Geral do direito do consumidor**. Editora Revista dos Tribunais, 2010.

BENJAMIM, Antonio Hermam Vasconcellos; MARQUES, Cláudia Lima, & BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BRASIL. **Agência Brasil**. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-08/consumo-de-recursos-naturais-superou-que-o-planeta-pode-renovar-no-ano>>. Acessado dia 12/09/2018.

BRASIL. **Código Civil Brasileiro**. Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm>. Acessado dia 22 de jun. 2018.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm>. Acesso em: 20 Jun.2018.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Promulgado em 5 de outubro de 1988. Brasília-DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/contituicaocompilado.htm>. Acessado em: 20 jun. 2018.

BRASIL. Decreto nº 4.680, de 24 de abril de 2003. **Regulamenta o direito à informação, assegurado pela Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, quanto aos alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham, ou seja, produzidos a partir de organismos geneticamente modificados, sem prejuízo do cumprimento das demais normas aplicáveis**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2003/D4680.htm>. Acesso em: 31 de jul. de 2018.

BRASIL. Lei nº 1.060, de 5 de fevereiro de 1950.

BRASIL. **Literatura Brasileira, Textos Literários em Meio Eletrônico. Oração aos Moços, de Rui Barbosa**. Disponível em:

<<https://www.literaturabrasileira.ufsc.br/documentos/?action=download&id=38508>>. Acesso em: 20 de ago. de 2018.

DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do Anteprojeto** (7 ed.). Rio de Janeiro: Forense, 2001.

DERANI, Cristiane. **Direito Ambiental Econômico** (3 ed.). Rio de Janeiro: Saraiva, 2008.

Estabelece normas para a concessão de assistência judiciária aos necessitados. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L1060.htm>. Acesso em: 27 de jul. de 2018.

FILHO, Sergio Cavalieri. **Programa de direito do consumidor** (4ª ed.). São Paulo: Atlas S.A, 2014.

FRANZOLIN, Cláudio José. **Obsolescência Planejada e Pós-Consumo e a Tutela Do Consumidor**. Vol. 109. São Paulo: Revista dos Tribunais Online, 2017.

FROMM, Erich. **Ter ou ser** (4 ed.). (N. C. Caixeiro, Trad.) Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos – LCT, 2008.

GOMES, Orlando. **Introdução ao direito civil** (10 ed.). Rio de Janeiro: Forense, 1991.

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIM, Antônio Hermam de Vasconcellos; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; WATANABE, Kazuo; JÚNIOR, Nelson Nery & ZELMO, Denari, **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado Pelos Autores do Anteprojeto**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF), 27 de abril de 2018. REsp: 658748 RJ 2004/0064198-5, Rel. Min. Nancy Andrighi, Dj em 03/05/2018. Extravio de mercadoria. Transporte aéreo internacional. Convenção de Montreal. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/574218168/recurso-especial-resp-658748-rj-2004-0064198-5/decisao-monocratica-574218183?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 20 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). REsp: 151401 SP 1997/0072987-7, Rel. Min. Humberto Gomes De Barros, julgado em 17/06/2004, T3 - Terceira Turma, DJ 01/07/2004. Voo internacional. Aplicação do CDC. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/19540998/recurso->

especial-resp-151401-sp-1997-0072987-7-stj/certidao-de-julgamento 19541001?ref=serp>. Acesso em: 20 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). REsp: 982492 SP 2007/0206824-7, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, julgado em 27/09/2011, T4 - Quarta Turma, DJe 17/10/2011. Relação mercantil. Inaplicabilidade das regras do CDC. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21067190/recurso-especial-resp-982492-sp-2007-0206824-7-stj/relatorio-e-voto-21067192?ref=serp>>. Acesso em: 21 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). REsp: 1038645 RS 2008/0051397-6, Rel. Min. Sidnei Beneti, julgado em: 19/10/2010, T3 - Terceira Turma, DJe 24/11/2010. Direito do Consumidor. Definição de consumidor e de fornecedor. Destinatário final. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/17696567/recurso-especial-resp-1038645-rs-2008-0051397-6>>. Acesso em: 21 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). EDcl no REsp: 1196541 RJ 2010/0098806-7, Rel. Min. Paulo De Tarso Sanseverino, julgado em: 03/03/2011, T3 - Terceira Turma, DJe 15/03/2011. Não caracterização de relação de consumo. Teoria finalista. Consumidor como destinatário final. Disponível em: < <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/18662699/embargos-de-declaracao-no-recurso-especial-edcl-no-resp-1196541-rj-2010-0098806-7-stj/relatorio-e-voto-18662701?ref=serp>>. Acesso em: 21 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). REsp 1.023.862 Rel. Min. Humberto Martins, DJe 22/04/2009). Incidência do CDC. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/diarios/44012635/stj-07-12-2012-pg-2065?ref=serp>>. Acesso em: 21 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). REsp: 541867 BA 2003/0066879-3, Rel. Min. Antônio De Pádua Ribeiro, julgado em: 10/11/2004, S2 - Segunda Seção, DJe 16/05/2005. Relação de Consumo. Destinação final inexistente. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7228240/recurso-especial-resp-541867-ba-2003-0066879-3/inteiro-teor-12975055>>. Acesso em: 21 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). AgRg no REsp: 1049012 MG 2008/0081168-8, Rel. Min. João Otávio De Noronha, julgado em: 25/05/2010, T4 - Quarta Turma, DJe 08/06/2010. Aplicação do CDC à pessoa jurídica. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/14313849/agravo-regimental-no-recurso-especial-agrg-no-resp-1049012-mg-2008-0081168-8>>. Acessado em: 25 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

- AgRg no Ag: 1248314 RJ 2009/0215953-2, Rel. Min. Paulo De Tarso Sanseverino, julgado em: 16/02/2012, T3 - Terceira Turma, DJe 29/02/2012. Código de Defesa do Consumidor. Não caracterização de relação de consumo. Teoria finalista. Consumidor como destinatário final. Vulnerabilidade técnica da pessoa jurídica. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21356118/agravo-regimental-no-agravo-de-instrumento-agrg-no-ag-1248314-rj-2009-0215953-2-stj/inteiro-teor-21356119?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 25 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp 1195642/RJ, julgado em: 13.11.2012, rel. Min Nancy Andrichi, T3- Terceira Turma, Dje 21 de nov. de 2012. Consumidor. Definição. Disponível em:<<http://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:superior.tribunal.justica;turma.3:acordao;r esp:2012-11-13;1195642-1234002>>. Acesso em: 25 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 1038645 RS 2008/0051397-6, Rel. Min. Sidnei Beneti, julgado em: 19/10/2010, T3 - Terceira Turma, DJe 24/11/2010. Definição de consumidor e de fornecedor. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/17696567/recurso-especial-resp-1038645-rs-2008-0051397-6>>. Acesso em: 25 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 982492 SP 2007/0206824-7, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, julgado em: 27/09/2011, T4 - Quarta Turma, DJe 17/10/2011. Inaplicabilidade das regras do CDC. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21067190/recurso-especial-resp-982492-sp-2007-0206824-7-stj/inteiro-teor-21067191?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). EDcl

no REsp: 1196541 RJ 2010/0098806-7, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, julgado em: 03/03/2011, T3 - Terceira Turma, DJe 15/03/2011. Não caracterização de relação de consumo. Teoria finalista. Consumidor como destinatário final. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/18662699/embargos-de-declaracao-no-recurso-especial-edcl-no-resp-1196541-rj-2010-0098806-7>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp 1.023.862, Rel. Min. Humberto Martins, DJe 22/04/2009. Incidência do CDC. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/15672180/agravo-regimental-no-agravo-de-instrumento-agrg-no-ag-961132-sp-2007-0210981-8>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

AgRg no REsp: 1049012 MG 2008/0081168-8, Rel. Min. João Otávio De Noronha, julgado em: 25/05/2010, T4 - Quarta Turma, DJe 08/06/2010. Aplicação do CDC. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/14313849/agravo-regimental-no-recurso-especial-agrg-no-resp-1049012-mg-2008-0081168-8>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

Resp 1173060, julgado em:16.10.2012, Rel. Min. Nancy Andrighi. 3ª Turma. Aplicação do CDC. Disponível em: <<https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:superior.tribunal.justica;turma.3:acordao;resp:2012-10-16;1173060-1228650>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). AgRg nos EDcl no Resp 1281164/SP, julgado em: 22.05.2012, Rel. Min. Sidnei Beneti, 3ª Turma, DJe 04.06.2012. Relação de consumo. Disponível em: <<http://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:superior.tribunal.justica;turma.3:acordao;resp:2012-05-22;1281164-1192517>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). REsp: 208793 MT 1999/0025744-8, Rel. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, julgado em: 18/11/1999, T3 - Terceira Turma, DJ 01.08.2000. Código de Defesa do Consumidor. Destinatário final: Conceito. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/8207473/recurso-especial-resp-208793-mt-1999-0025744-8/inteiro-teor-102560337>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 488274 MG 2002/0174936-6, Rel. Min. Nancy Andrighi, Data de Julgamento: 22/05/2003, T3 - Terceira Turma, DJe 23/06/2003. Código de Defesa do Consumidor. Prestação de serviços. Destinatário final. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7421800/recurso-especial-resp-488274-mg-2002-0174936-6/inteiro-teor-13071160>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 1061500 RS 2008/0119719-3, Rel. Min. Sidnei Beneti, julgado em: 04/11/2008, T3 - Terceira Turma, DJe 20/11/2008. Prática abusiva. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/2051878/recurso-especial-resp-1061500>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp 1195642/RJ, j.13.11.2012, rel. Min. Nancy Andrighi, T3 - Terceira Turma, DJe, 21.11.2012. Vulnerabilidade. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22829799/recurso-especial-resp-1195642-rj-2010-0094391-6-stj>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

Esp: 1014960 RS 2007/0304825-0, Rel. Min. Aldir Passarinho Junior, julgado em: 02/09/2008, T4 - Quarta Turma, DJe 29/09/2008). Aplicação do código de defesa do consumidor. Destinação final inexistente. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/836905/recurso-especial-resp-1014960-rs-2007-0304825-0/inteiro-teor-12771737?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

CC: 92519 SP 2007/0290797-4, Rel. Min. Fernando Gonçalves, julgado em: 16/02/2009, S2 - Segunda Seção, DJe 04/03/2009. Consumidor. Destinatário final econômico. Não ocorrência. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/6073766/conflito-de-competencia-cc-92519-sp-2007-0290797-4-stj>>. Acessado dia: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). REsp 733.560-RJ, julgado em 11.04.2006 pela 3ª Turma, tendo como rel. Min. Nancy Andrighi, DJe 02/05/2016. Consumidor. Pessoa jurídica. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7162544/recurso-especial-resp-733560-rj-2005-0038373-4-stj/relatorio-e-voto-12886452>>. Acessado dia: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

AgRg nos EDcl no REsp: 866389 DF 2006/0076983-9, Rel. Min. Sidnei Beneti, julgado em: 19/06/2008, T3 - Terceira Turma, DJe 01/07/2008. Incidência do código de defesa do consumidor. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7067177/agravo-regimental-nos-embargos-de-declaracao-no-recurso-especial-agrg-nos-edcl-no-resp-866389-df-2006-0076983-9/inteiro-teor-12815998>>>. Acesso em: 26 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). REsp: 311509 SP 2001/0031812-6, Rel. Min. Sávio de Figueiredo Teixeira, julgado em: 03/05/2001, T4 - Quarta Turma, DJe 25.06.2001. Interpretação favorável ao consumidor. Art. 54, § 4º, CDC. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/307375/recurso-especial-resp-311509-sp-2001-0031812-6>>. Acesso em: 27 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). AgRg no Ag: 1316667 RO 2010/0105201-5, Rel. Min. Vasco Della Giustina, julgado em: 15/02/2011, T3 - Terceira Turma, DJe 11/03/2011. Relação de consumo. Caracterização. Destinação final fática e econômica do produto ou serviço. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/18495964/agravo-regimental-no-agravo-de-instrumento-agrg-no-ag-1316667-ro-2010-0105201-5/inteiro-teor-18495965?ref=juris-tabs>>. Acessado em: 27 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 814060 RJ 2006/0014606-0, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, julgado em: 06/04/2010, T4 - Quarta Turma, DJe 13/04/2010. Microempresa que se enquadra no conceito de consumidor. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/9108861/recurso-especial-resp-814060-rj-2006-0014606-0-stj/certidao-de-julgamento-14254901?ref=amp>>. Acesso em: 27 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 836823 PR 2006/0075910-0, Rel. Min. Sidnei Beneti, julgado em: 12/08/2010, T3 - Terceira Turma, DJe 23/08/2010. Não caracterização de relação de consumo. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/15941192/recurso-especial-resp-836823-pr-2006-0075910-0/inteiro-teor-15941193?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 27 de jul. 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 200390 SP 1999/0001887-7, Rel. Min. Edson Vidigal, julgado em: 24/10/2000, T5 - Quinta Turma, DJe 04.12.2000. Assistência judiciária gratuita. Comprovação da hipossuficiência. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/328302/recurso-especial-resp-200390-sp-1999-0001887-7/inteiro-teor-100238978>>. Acesso em: 31 de jul. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 586316 MG 2003/0161208-5, Rel. Min. Herman Benjamin, julgado em: 17/04/2007, T2 - Segunda Turma, DJe 19/03/2009. Proteção de consumidores hipervulneráveis. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/4092403/recurso-especial-resp-586316>>. Acesso em: 25 de jul. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 661145 ES 2004/0066220-7, Rel. Min. Jorge Scartezini, julgado em: 22/02/2005, T4 - Quarta Turma, DJe 28/03/2005. Relação de consumo. Art. 2º do CDC. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7231636/recurso-especial-resp-661145-es-2004-0066220-7-stj/relatorio-e-voto-12980187?ref=juris-tabs>>. Acesso em 31 de jul. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 1195642 RJ 2010/0094391-6, Rel. Min. Nancy Andrighi, julgado em: 13/11/2012, T3 - Terceira Turma. Consumidor. Definição. Alcance. Teoria finalista. Regra. Mitigação. Finalismo aprofundado. Consumidor por equiparação. Vulnerabilidade. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22829799/recurso-especial-resp-1195642-rj-2010-0094391-6-stj>>. Acesso em: 01 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 181580 SP 1998/0050249-1, Rel. Min. Castro Filho, julgado em: 09/12/2003, T3 - Terceira Turma, DJe 22/03/2004. Equiparação a consumidores. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7381868/recurso-especial-resp-181580-sp-1998-0050249-1-stj/relatorio-e-voto-13044206>>. Acesso em: 01 de ago. de 2018.
Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 1125276 RJ 2009/0034458-5, Rel. Min. Nancy Andrighi, julgado em: 28/02/2012, T3 - Terceira Turma, Data de Publicação: DJe 07/03/2012. Terceiro alheio à relação de consumo, envolvido no acidente. Consumidor por equiparação. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21384758/recurso-especial-resp-1125276-rj-2009-0034458-5-stj>>. Acesso em: 01 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 437649 SP 2002/0057540-7, Rel. Min. Sálvio de Figueiredo Teixeira, julgado em: 06/02/2003, T4 - Quarta Turma, DJe 24.02.2003. Obrigação de guarda. Indenização devida. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/265285/recurso-especial-resp-437649-sp-2002-0057540-7/inteiro-teor-100204784>>. Acesso em: 01 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

AgRg no REsp: 1000329 SC 2007/0250936-8, Rel. Min. João Otávio de Noronha, julgado em: 10/08/2010, T4 - Quarta Turma, DJe 19/08/2010. Relação de consumo. Responsabilidade solidária. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/15912772/agravo-regimental-no-recurso-especial-agrg-no-resp-1000329-sc-2007-0250936-8-stj/relatorio-e-voto-15912774?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 01 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 684613 SP 2004/0120460-3, Rel. Min. Nancy Andrighi, julgado em: 21/06/2005, T3 - Terceira Turma, DJe 01/07/2005. Direito Do Consumidor. Recurso Especial. Conceito De Consumidor. Pessoa Jurídica. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7224516/recurso-especial-resp-684613-sp-2004-0120460-3-stj/relatorio-e-voto-12971087?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 01 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 1195642 RJ 2010/0094391-6, Rel. Min. Nancy Andrighi, julgado em: 13/11/2012, T3 - Terceira Turma, DJe 13/11/2012. Consumidor. Definição. Alcance. Teoria finalista. Regra. Mitigação.finalismo aprofundado. Consumidor por equiparação. Vulnerabilidade. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22829799/recurso-especial-resp-1195642-rj-2010-0094391-6-stj>>. Acesso em: 01 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 493181 SP 2002/0154199-9, Rel. Min. Denise Arruda, julgado em: 15/12/2005, T1 - Primeira Turma, DJe 01/02/2006. Relação de consumo não configurada. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7178127/recurso-especial-resp-493181-sp-2002-0154199-9-stj/relatorio-e-voto-12918119>>. Acesso em: 02 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 100710 SP 1996/0043118-3, Rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar, julgado em: 25/11/1996, T4 - Quarta Turma, DJe 03.02.1997. Prescrição. A ação de indenização por fato do produto prescreve em cinco anos (arts. 12 e 27 do cdc), não se aplicando a hipótese as disposições sobre vício do produto (arts. 18, 20 e 26 do cdc). Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/536182/recurso-especial-resp-100710-sp-1996-0043118-3>>. Acesso em: 06 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 114473 RJ 1996/0074492-0, Rel. Min. Sálvio de Figueiredo Teixeira, julgado em: 24/03/1997, T4 - Quarta Turma, DJe 05.05.1997. Bem durável. Ocorrência de decadência. Prazo de noventa dias. Art. 26, ii, da lei 8.078/1990. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/531964/recurso-especial-resp-114473-rj-1996-0074492-0/inteiro-teor-100306776>>. Acesso em: 06 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp 984106 / SC, 4ª Turma, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, julgado em: 4/10/2012. Ação de cobrança ajuizada pelo fornecedor. Vício do produto. Manifestação fora do prazo de garantia. Vício oculto relativo à fabricação. Disponível em: <<http://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:superior.tribunal.justica;turma.4:acordao;resp:2012-10-04;984106-1233586>>. Acesso em: 07 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 442368 MT 2002/0075701-0, Rel. Min. Jorge Scartezzini, julgado em: 05/10/2004, T4 - Quarta Turma, DJe 14/02/2005. Acesso em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7235445/recurso-especial-resp-442368-mt-2002-0075701-0/inteiro-teor-12992322?ref=juris-tabs>>. Acesso em: 07 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 1123004 DF 2009/0026188-1, Rel. Min. Mauro Campbell Marques, julgado em: 01/12/2011, T2 - Segunda Turma, DJe 09/12/2011. Consumidor. Vício Oculto. Produto Durável. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/21026286/recurso-especial-resp-1123004-df-2009-0026188-1-stj>>. Acesso em: 08 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

AgRg no REsp: 1171635 MT 2009/0239623-7, Rel. Min. Vasco Della Giustina, julgado em: 23/11/2010, T3 - Terceira Turma, DJe 03/12/2010. Vício oculto. Art. 26, § 3º, do código de defesa do consumidor. Prazo decadencial. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/17627672/agravo-regimental-no-recurso-especial-agrg-no-resp-1171635-mt-2009-0239623-7-stj/relatorio-e-voto-17703346?ref=serp>>. Acesso em: 08 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 435830 RJ 2002/0060018-3, Rel. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, julgado em: 11/02/2003, T3 - Terceira Turma, DJe 10/03/2003. Art. 27 do Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7500418/recurso-especial-resp-435830-rj-2002-0060018-3-stj/relatorio-e-voto-13125240>>. Acesso em: 13 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF).

REsp: 575469 RJ 2003/0153761-7, Rel. Min. Jorge Scartezini, julgado em: 18/11/2004, T4 - Quarta Turma, DJe 06/12/2004. Direito do consumidor. Veículo com defeito. Responsabilidade do fornecedor. Disponível em: <<https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/7240402/recurso-especial-resp-575469-rj-2003-0153761-7-stj/certidao-de-julgamento-12999614>>. Acesso em 13 de ago. de 2018.

Informativo de Jurisprudência. Superior Tribunal de Justiça - STJ. Brasília (DF). Recurso Inominado nº: 2013.100261-0, Min. Rel. Alexandre Morais da Rosa, Primeira Turma de Recursos da Comarca da Capital/SC. Relação de consumo. Obsolescência programada. Disponível em: <<http://emporiododireito.com.br/leitura/obsolescencia-programada-violado-direito-a-informacao-e-constitui-pratica-abusiva>>. Acesso em: 23 de ago. de 2018.

JUNIOR, Amaral. **Revista de Direito do Consumidor**. VI 6.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal**: Ensaio Sobre a Sociedade de Hiperconsumo. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MELO, Nehemias Domingos de. **Dano Moral nas Relações de Consumo**: Doutrina e Jurisprudência. São Paulo: Saraiva, 2008.

MOREIRA, José Carlos Barbosa. **Tutela dos interesses difusos**. São Paulo: Max Limonad, 1984.

NEVES, Julio Gonzaga Andrade. **A Obsolescência Programada**: Desafios Contemporâneos da Proteção ao Consumidor. Vol. 23. São Paulo: Revista dos Tribunais Online, 2013.

NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. (7 ed.). São Paulo: Saraiva, 2012.

RENNER, Rafael Henrique. **Obsolescência Programada e Consumo Sustentável: Algumas Notas Sobre um Importante Debate**. Juiz de Fora / MG: Editar Editora Associada Ltda, 2012.

SILVA, Maria Beatriz Oliveira da. **Prêt à Jeter: Obsolescência Programada e Teoria do Decrescimento Frente ao Direito ao Desenvolvimento e ao Consumo**. Disponível em: < <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=f50a6c02a3fc5a3a>>. Acesso em: 30 de jul. de 2018.

VOLLI, Ugo. **Fascínio: Fetichismo e Outras Idolatrias**. Lisboa: Fim de Século Edições, 2006.

WESCHENFELDER, Paulo Natalicio. **A Instrumentalidade Jurídica da Publicidade no Código de Defesa do Consumidor**. Caxias do Sul: Educs, 2010.