

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE DIREITO “PROF. JACY DE ASSIS”

OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA À LUZ DO PRINCÍPIO DA
VULNERABILIDADE

Bruna Ferreira

Uberlândia-MG

2017

Bruna Ferreira

OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA À LUZ DO PRINCÍPIO DA
VULNERABILIDADE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Direito Professor Jacy de Assis da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito básico para a colação de grau no curso de Direito.

Orientadora: Prof. Dra. Keila Pacheco Ferreira

Uberlândia-MG

2017

Bruna Ferreira

OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA À LUZ DO PRINCÍPIO DA
VULNERABILIDADE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Direito “Professor Jacy de Assis” da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito básico para a colação de grau no curso de Direito.

Uberlândia, 1ª de dezembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Keila Pacheco Ferreira (Orientadora)

Prof. Dr. João Victor Rozatti Longhi (Membro da Banca)

Dedico este trabalho a toda a minha família, principalmente aos meus pais e ao meu irmão, que, apesar da distância geográfica estiveram presentes, me fornecendo suporte e apoio necessário, me incentivando a persistir em busca de meus objetivos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pelo dom da vida, e por me ajudar a superar as dificuldades que surgiram ao longo de meu caminho.

Agradeço aos meus pais que me proporcionaram a realização de um sonho, estudar em uma Universidade Federal, me apoiando em uma escolha que eles não entendiam, mas deram todo o suporte necessário.

Agradeço ao meu irmão, que me ensinou que o amor é algo que nunca é dividido, mas sempre multiplicado. Obrigada por sempre acreditar em meu potencial.

Agradeço aos meus avós, tios e primos, em especial a minha avó Aliete, que com toda paciência e amor me levava na escola quando eu era criança. Obrigada por ser sempre presente em minha vida, parte de quem eu sou tem grande influência da grande mulher que a senhora é.

Agradeço a Alice pela excelente convivência, sempre disponível para me auxiliar nos momentos de dúvida e ansiedade. Obrigada por ser minha família em Uberlândia.

Agradeço a todos os professores que trilharam o meu caminho, desde os do Ensino Fundamental, aos docentes da Faculdade de Direito Professor Jacy de Assis, especialmente a professora Keila Pacheco Ferreira, que me orientou nesta monografia, sempre disponível para sanar as dúvidas que surgiram durante o desenvolver do tema, me mostrando o caminho adequado para seguir. Obrigada por todo o aprendizado.

Agradeço aos amigos que a Fadir me propiciou e que me acompanharam durante toda a graduação, vocês deixaram esta caminhada mais leve.

Por fim, agradeço a todos os amigos que Uberlândia me consagrou, e todos aqueles que, indireta ou diretamente contribuíram para a minha formação acadêmica.

Satisfação garantida

Obsolescência programada

Eles ganham a corrida

Antes mesmo da largada

-Humberto Gessinger

RESUMO

Esta monografia aborda a prática abusiva da obsolescência programada, tendo o intuito de informar aos consumidores sobre este método tão utilizado pelos fornecedores, e ao mesmo tempo tão desconhecido.

O desconhecimento ocorre, pois a obsolescência planejada não está elencada explicitamente no rol das práticas abusivas do Código de Defesa do Consumidor, contudo, no decorrer desta dissertação restará comprovado à tutela implícita que a Lei Consumerista exerce para a proteção do consumidor, que é a parte vulnerável da relação de consumo. A vulnerabilidade é evidenciada, porque, os consumidores ficam adstritos às imposições dos fornecedores. Deste modo, será estudado como o princípio da vulnerabilidade equilibra a relação de consumo, tanto do ponto de vista individual, como no coletivo, uma vez que, o meio ambiente, e conseqüentemente, o ser humano é prejudicado com o acúmulo de lixo resultante desta prática.

PALAVRAS-CHAVES: Vulnerabilidade; Obsolescência Programada; Práticas Abusivas; Consumidor; Meio Ambiente; Sustentabilidade

ABSTRACT

This monograph approaches the abusive practice of planned obsolescence, with the intention of informing costumers about this method so used by suppliers, and at the same time so unknown.

The ignorance occurs, because the planned obsolescence is not explicitly listed in the list of abusive practices of the Consumer Protection Law, however, during this dissertation, there will be evidence of the implicit tutelage that the Consumer Law applies for consumer protection, which is the part of consumer relationship. The vulnerability is evidenced, because, the consumers are linked to the suppliers impositions. This way, it will be studied how the principle of vulnerability balances the consumption relation, from the individual and the collective point of view, since, the environment, and consequently, the human being is harmed with the trash accumulation resulting from this practice.

KEY WORDS: Vulnerability; Planned Obsolescence; Abusive Practices; Consumer; Environment; Sustainability.

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	11
2- DIREITO DO CONSUMIDOR, BREVES CONSIDERAÇÕES E PRINCÍPIOS GERAIS	13
2.1- PRINCÍPIO DA ISONOMIA.....	18
2.2- PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA.....	18
2.3- PRINCÍPIO DA CONFIANÇA	19
2.4- PRINCÍPIO DA SEGURANÇA	19
2.5- PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO.....	20
2.6- PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA	21
3- O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE.....	23
3.1.1- Vulnerabilidade Fática.....	24
3.1.2- A Vulnerabilidade Técnica	25
3.1.3- Vulnerabilidade Jurídica.....	26
3.1.4- Vulnerabilidade Informacional.....	27
3.1.5- Vulnerabilidade Política.....	27
3.1.6- Vulnerabilidade Biológica.....	28
3.1.7- Vulnerabilidade Econômica e Social.....	28
3.1.8- Vulnerabilidade Ambiental	29
3-2. A SUSTENTABILIDADE.....	30
3.2.1- Princípio da Precaução	30
3- DAS PRÁTICAS ABUSIVAS.....	32
3.1- DEFINIÇÕES	32
3.2- DA DIVISÃO DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS.....	33
3.3- CLÁUSULAS ABUSIVAS COMO ROL EXEMPLICATIVO	35
4- DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA	37
4.1- BREVE CONTEXTO HISTÓRICO.....	37
4.2- DEFINIÇÕES	38
4.3 A SOCIEDADE DE CONSUMO	41
4.4 CLASSIFICAÇÕES DA OBSOLESCÊNCIA POR VANCE PACKARD.....	43
4.4.1- Obsolescência de Função	43
4.4.2- Obsolescência de Qualidade	43
4.4.3- Obsolescência de Desejabilidade	44
4.5 CLASSIFICAÇÕES DA OBSOLESCÊNCIA POR GILES SLADE.....	46

4.4.1- Obsolescência de Função	46
4.4.2- Obsolescência de Psicológica	47
4.4.3- Obsolescência Programada	48
5- OBSOLESCÊNCIA E O MEIO AMBIENTE	49
5.1 – OS LIXÕES	50
5.2 – A INCINERAÇÃO	53
5.3 – OS ATERROS SANITÁRIOS	55
5.4 - MANEIRAS PARA UM CONSUMO CONSCIENTE, TANTO DO PONTO DE VISTA DO FORNECEDOR QUANTO DO CONSUMIDOR	56
6- CONSIDERAÇÕES CONCLUSIVAS	60
7- REFERÊNCIAS.....	63

1- INTRODUÇÃO

A presente dissertação tem como o tema a obsolescência programada. Esta prática muito utilizada pelos fornecedores consiste na redução proposital da vida útil do bem de consumo, ao mesmo tempo, deixando de fomentar no mercado peças de reposição, ou ainda, embutir na mente do consumidor a necessidade de comprar um produto novo, ainda que, aquele que o consumidor possua esteja em perfeito estado.

A obsolescência programada é uma prática abusiva que visa o consumo desenfreado, para conseqüentemente haver um lucro incessante. Sendo assim, além de fazer com que o consumidor tenha que adquirir um novo produto, ferindo a esfera individual, também gera grande acúmulo de lixo, prejudicando assim, todo o ecossistema terrestre, e conseqüentemente a vida humana.

Desta forma, o tema da dissertação irá se delimitar na vulnerabilidade do consumidor, através de uma análise individual, analisando como o consumidor fica adstrito às imposições dos fornecedores, e após da vulnerabilidade no âmbito coletivo, avaliando de que forma o meio ambiente é prejudicado com esta prática inerente da sociedade de consumo.

O trabalho tem como intuito a necessidade da tutela da prática abusiva da obsolescência programada, indicando de que forma a Lei Consumerista realizará esta proteção, conseqüentemente, coibindo os fornecedores de se utilizarem da obsolescência, com o intuito de auferirem lucro, ao mesmo que, contribuem para a degradação do planeta. Sendo assim, é notória a importância do presente tema, pois esta prática traz impactos para todos os habitantes do planeta terra.

O método utilizado no presente trabalho foi o dedutivo, no qual será feita uma análise do geral para o particular, através de um estudo do Código de Defesa do Consumidor de maneira abrangente, após sobre o rol de práticas abusivas, para por fim entrar na obsolescência programada. A pesquisa será de maneira indireta, ou seja, através de pesquisa documental.

A monografia está dividida em seis capítulos, sendo que, o primeiro aborda o Código de Defesa do Consumidor como microssistema, e como lei principiológica,

fazendo a análise de alguns dos princípios da Lei Consumerista, enquanto que, o segundo traz um estudo aprofundado do Princípio da Vulnerabilidade e suas ramificações.

O terceiro capítulo retoma a Lei Consumerista, no qual, será feito um estudo sobre o rol das práticas abusivas, e de que maneira o Código de Defesa do Consumidor veda os consumidores de realizarem estas práticas.

O quarto capítulo faz uma breve análise histórica da obsolescência programada e de como os fornecedores utilizam-se desta prática para aumentarem o número de vendas, visando assim, auferirem mais lucro. O quinto capítulo mostrará a vulnerabilidade coletiva, ou seja, os impactos ambientais decorrentes do acúmulo e descarte de lixos advindos desta prática.

Por fim, o último capítulo, trará as considerações conclusivas, interligando os capítulos anteriores, a fim de produzir uma resposta objetiva e concreta para a tutela da obsolescência programada, e, por conseguinte, estabelecer meios de vedação desta prática.

Destarte, começaremos a análise de cada capítulo, para chegarmos ao objetivo final da presente dissertação.

2- DIREITO DO CONSUMIDOR, BREVES CONSIDERAÇÕES E PRINCÍPIOS GERAIS

O Código de Defesa do Consumidor (CDC)¹ foi sancionado em 11 de Setembro de 1990. Ele veio alume para cumprir com o direito fundamental disposto no artigo 5º, XXXII da Constituição Federal de 1988, “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”.

Ademais, além de ressaltado o artigo 5º², é necessária a observância do artigo 170³, que dispõe acerca da ordem econômica, que é fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa. Contudo, deve ser assegurada a todos uma existência digna, desta forma, entre os princípios elencados para cumprir está finalidade, está o princípio da defesa do consumidor.

Entretanto, a obrigação de um código para dispor acerca do direito consumerista surgiu com o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT)⁴, que na transcrição do seu artigo 48 determinava que “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor”.

Cabe ressaltar que no Ordenamento Jurídico Nacional, os direitos e garantias fundamentais, - aqueles dispostos no artigo 5º da Constituição da República-, são cláusula pétrea, ou seja, não podem sequer ser objeto de deliberação de emenda constitucional que visa abolir: IV - os direitos e garantias individuais. (artigo 60, § 4º, IV)⁵.

Com tudo isso posto, percebe-se que os direito do consumidor vai além do CDC, uma vez que eles surgem através de direitos e garantias fundamentais

¹ BRASIL. **Lei n º: 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm> Último acesso em 04 de novembro de 2017

² BRASIL. 5 de outubro de 1988, **Constituição Da República Federativa do Brasil**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm> Último acesso em 02 de novembro de 2017

³ Idem

⁴ BRASIL. **Ato Das Disposições Constitucionais Transitórias**. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/conadc/1988/constituicao.adct-1988-5-outubro-1988-322234-publicacaooriginal-1-pl.html>> Último acesso em 04 de novembro de 2017

⁵ BRASIL. 5 de outubro de 1988, **Constituição Da República Federativa do Brasil**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm> Último acesso em 02 de novembro de 2017

decorrentes da Constituição da República. Guilherme Marinoni nos explica a Eficácia Vertical dos Direitos Fundamentais. Para o doutrinador, “as normas que estabelecem direitos fundamentais, se podem ser subjetivadas, não pertinem somente ao sujeito, mas sim a todos aqueles que fazem parte da sociedade⁶”. Isto significa que as normas de direito fundamental possuem abrangência *erga omnes*, ou seja, são normas que vinculam todos, não fazendo nenhuma distinção entre as pessoas envolvidas.

A importância de tutela dos direitos consumerista veio bem antes da promulgação da Constituição Cidadã de 1988. O então Presidente dos Estados Unidos, John F. Kennedy, ao discursar para o Congresso Nacional Norte Americano, em 1962, afirmou que “consumidores somos todos nós⁷”, a partir de então, a defesa do consumidor começou a ter relevância legislativa.

No que tange ao Brasil, Tancredo de Almeida Neves ao discursar para a Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara dos Deputados, em novembro de 1984⁸, já reconhecia a importância que o Código de Defesa do Consumidor traria para o ordenamento jurídico nacional. Naquela época, Tancredo já apontava alguns pontos que deveriam ser tutelados pelo CDC, e o porquê da sociedade precisar desta ferramenta de defesa. É o que podemos aduzir de seu discurso

Não vivemos hoje apenas o problema da dona de casa que enfrenta problemas de qualidade, e quantidade e de preço dos produtos que compra (...) A defesa do consumidor tem hoje um sentido bem mais amplo. Há todo um conceito moderno das responsabilidades do após-venda, as garantias, a necessidade do fornecimento de peças de reposição. (...) Não será uma legislação contra a empresa. Nem contra o Estado. Será uma legislação a favor da sociedade, inspirada nos valores mais altos da cidadania (...)

Na relação de consumo temos dois polos, de um lado, os fornecedores que “desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos

⁶ MARINONI, Luiz Guilherme. **Técnica processual e tutela dos direitos**. 1ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. p.168.

⁷ PASQUALOTTO, Adalberto. **Conceitos Fundamentais do Código de Defesa do Consumidor**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 41

⁸ NEVES, Tancredo de Almeida. **Defesa do Consumidor**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 437/442

ou prestação de serviços⁹". Do outro lado, temos os consumidores que a lei determina como "toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final¹⁰".

O Código de Defesa do Consumidor, ao mesmo tempo em que é um microsistema, também é uma lei principiológica. Bruno Miragem demonstra o microsistema presente no CDC, no sentido em que:

A própria estrutura presente no CDC (...) possui características de codificação, uma vez que dá tratamento abrangente àquela relação jurídica específica que eleger para regular. Estrutura-se a partir da identificação do âmbito de incidência da lei, seus princípios e direitos básicos do sujeito protegido, assim como os aspectos principais do direito material do consumidor, direito processual, direito administrativo e direito penal. Faz-se portanto, um corte transversal em diversas disciplinas jurídicas, incorporando em uma só lei aspectos próprios de distintos ramos do direito vinculados logicamente pela ideia-força do CDC, de proteção do consumidor¹¹.

O legislador atribuiu ao CDC um microsistema de direitos e deveres, sendo que desta maneira, a legislação consumerista "passa a ostentar plena autonomia em relação às demais disciplinas jurídicas das quais se origina¹²".

No que tange aos aspectos principiológicos da codificação, Nelson Nery Júnior nos leciona que:

O Código de Defesa do Consumidor, por outro lado, é lei principiológica. Não é analítica, mas sintética. (...) Optou-se por aprovar lei que contivesse preceitos gerais, que fixasse os princípios fundamentais das relações de consumo. É isto que significa ser uma lei principiológica. Todas as demais leis que se destinarem, de forma específica, a regular determinado setor das relações de consumo deverão se submeter aos preceitos gerais da lei principiológica, que é o Código de Defesa do Consumidor. Assim, sobrevivendo lei que regule (...) Destarte, o princípio de que a lei especial derroga a geral não se aplica ao caso em análise, porquanto o CDC não é apenas a lei geral das relações de consumo, mas, sim, lei principiológica das relações de consumo. Pensarse o contrário é desconhecer o que significa o microsistema do Código de Defesa do Consumidor, como lei especial sobre relações de consumo e lei geral, principiológica, à qual todas as demais leis especiais setorializadas das relações de consumo, presentes e futuras, estão subordinadas." Por conseguinte, qualquer legislação

⁹ BRASIL. **Lei n º: 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor**, art. 3º. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm> Último acesso em 04 de novembro de 2017

¹⁰ BRASIL. **Lei n º: 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor**, art. 2º. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm> Último acesso em 04 de novembro de 2017

¹¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 46

¹² MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p 81

infraconstitucional superveniente (leis, decretos, portarias etc.) elaboradas pelos entes da federação deve se subordinar à principiologia do CDC, sob pena de inconstitucionalidade¹³.

Rizzatto Nunes também classifica o CDC como lei principiológica, ao passo para o doutrinador, lei principiológica é:

Aquela que ingressa no sistema jurídico, fazendo, digamos assim, um corte horizontal, indo, no caso do CDC, atingir toda e qualquer relação jurídica que possa ser caracterizada como de consumo e que esteja também regrada por outra norma jurídica infraconstitucional. Assim, por exemplo, um contrato de seguro de automóvel continua regulado pelo Código Civil e pelas demais normas editadas pelos órgãos governamentais que regulam o setor (...) porém estão tangenciados por todos os princípios e regras da lei n. 8.078/90, de tal modo que, naquilo que eles colidirem, perdem eficácia por tonarem-se nulos de pleno direito¹⁴.

Por ser uma lei principiológica, toda e qualquer nova lei surgir em decorrência do CDC, tem que observar primeiro se não está indo em confronto com o que a legislação consumerista dispõe. E inclusive, de acordo com Rizzatto Nunes e Nery Júnior, em toda relação de consumo deve ser observado os princípios norteadores da lei consumerista, ainda que a relação de consumo não seja tutelada exclusivamente pela lei 8.079/90. Cabe destacar que se a nova lei não observar os princípios do CDC poderá ser declarada inconstitucional no que tiver indo de encontro com o que a tutela consumerista dispõe.

Sérgio Cavalieri Filho nos leciona que se um ordenamento jurídico for composto apenas por regras, não terá uma finalidade para a sociedade, sendo assim, surge à necessidade dos princípios, uma vez que, eles orientam as regras, desde o seu surgimento até durante a interpretação, destarte assim, “os princípios servem para impor uma leitura normativa sistêmica, tanto na constituição quanto na interpretação das regras¹⁵”. Desta forma, os princípios são como “vetor para o intérprete. E o jurista, na análise de qualquer problema jurídico, por mais trivial que este possa ser, deve, preliminarmente, alçar-se ao nível dos grandes princípios, a fim de verificar em que direção eles apontam¹⁶”.

Neste sentido, Paulo Valério Dal Pai Morais demonstra que “os princípios são, assim, garantia da estabilidade, funcionalidade, unidade e adequação valorativa,

¹³ NERY JÚNIOR, Nelson et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 10ª Edição. Rio de Janeiro: Forense, 2011. V.1. p.444.

¹⁴ NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 3ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2008. p.66

¹⁵ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009. p.27

¹⁶ NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 3ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2008. p. 10

sendo fundamentais para que qualquer sistema possa existir, pois a tentativa de organização estrutural sem princípios não é e jamais será um sistema¹⁷”.

Antes de serem analisados quais os princípios que regem o CDC, temos que demonstrar a gravidade de se ferir um princípio, uma vez que eles são diretrizes básicas de qualquer ordenamento jurídico, desta forma, Celso Antônio Bandeira de Mello¹⁸, nos ensina que:

Violar um princípio é muito mais grave que transgredir uma norma qualquer. A desatenção ao princípio implica ofensa não apenas a um específico mandamento obrigatório, mas a todo o sistema de comandos. É a mais grave forma de ilegalidade ou inconstitucionalidade.

Por isso, surge a necessidade de um estudo aprofundado dos princípios básicos do CDC, porque apenas desta maneira, o consumidor saberá seus direitos, uma vez que, como nos advertiu John F. Kennedy, “consumidores somos todos nós¹⁹”.

Primeiramente, cabe destacar que na relação consumerista há uma enorme diferença entre o fornecedor e o consumidor. Adalberto Pasqualotto nos ensina que, “enquanto os fornecedores conhecem os produtos e serviços que oferecem no mercado, os consumidores ou usuários, na sua maior parte são incapazes de avaliá-los ou compará-los²⁰”. Sendo assim, surge a necessidade do direito de informação, que tem como objetivo que o consumidor conheça as condições de negociação e as características do bem que será vendido, também a este, “integra um direito de conta-informação, a ser provido pelo Estado visando neutralizar a propaganda enganosa²¹”.

¹⁷ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p. 26

¹⁸ MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo**. 12ª edição. São Paulo: Malheiros, 2000, p. 748.

¹⁹ Frase dita por John F. Kennedy, em cadeia nacional no dia 15 de março de 1962

²⁰ PASQUALOTTO, Adalberto. **Conceitos Fundamentais do Código de Defesa do Consumidor**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p 43

²¹ PASQUALOTTO, Adalberto. **Conceitos Fundamentais do Código de Defesa do Consumidor**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p 43

2.1- PRINCÍPIO DA ISONOMIA

Quando os fornecedores deixam de propiciar aos consumidores as informações necessárias acerca do produto a ser adquirido há um desequilíbrio contratual, dessa maneira surgem “vantagens unilaterais ou exageradas para o fornecedor de bens e serviços ou que sejam incompatíveis com a boa-fé e a equidade²²”.

Em virtude disto, Nelson Nery Júnior²³ nos ensina que o CDC visa coibir a “Lei de Gerson”, que de acordo com essa lei, “se deve tirar vantagem devida e indevida de tudo, em detrimento de direitos de outrem”. Sendo assim, o Princípio da Isonomia entra em cena, uma vez que o consumidor é a parte mais fraca da relação de consumo, e por isso merece proteção, desta forma, temos que:

Devem os consumidores ser tratados de forma desigual pela lei, a fim de que se atinja, efetivamente, a igualdade real em obediência ao dogma constitucional da isonomia (art. 5º, caput, CF), pois devem os desiguais ser tratados desigualmente na exata medida de suas desigualdades (isonomia real, substancial e não meramente formal)²⁴.

Desta maneira, também entende Adalberto Pasqualotto, ao afirmar que o princípio da isonomia não fere o artigo 5º da Constituição Federal, no sentido em que

(...) a igualdade que a Constituição protege não é a suposição cega de que todos desfrutam das mesmas condições básicas, nivelando-os de modo absoluto. A correta interpretação desse princípio reconhece a desigualdade fundamental que existe entre os homens, consistindo a isonomia em tratá-los desigualmente, na medida em que se diferenciam²⁵.

2.2- PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA

Aliado ao princípio da isonomia, temos também o princípio da transparência, ele se baseia no dever do fornecedor de prestar ao consumidor informações “claras,

²² SILVA, Agathe E. Schmidt. **Cláusula Geral de Boa-fé nos Contratos de Consumo**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 85

²³ NERY JÚNIOR, Nelson. **Os Princípios Gerais do CDC**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 277

²⁴ NERY JÚNIOR, Nelson. **Os Princípios Gerais do CDC**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 233

²⁵ PASQUALOTTO, Adalberto. **Conceitos Fundamentais do Código de Defesa do Consumidor**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 65

corretas e precisas sobre o produto a ser vendido, o serviço a ser prestado, ou sobre o contrato a ser firmado (...) nos contratos de consumo não cabe subterfúgios, o antigo *dolus bonus*. O sim deve ser sim e o não não²⁶”.

Anteriormente ao princípio da transparência cabia apenas ao consumidor o dever de se informar, ou seja, o consumidor, a parte vulnerável da relação de consumo, quem deveria procurar dados do produto que iria vir a adquirir, pois, se não o fizesse, poderia ser enganado pelo fornecedor. De certa maneira, os fornecedores eram beneficiados por esta proteção deficitária, visto que, algumas informações são de difícil acesso para os consumidores. Como nos mostra o exemplo de Cavalieri Filho²⁷ “antes de fazer um contrato de seguro tinha que procurar saber tudo a seu respeito para não ser surpreendido; tinha que procurar conhecer as cláusulas gerais arquivadas lá em um Cartório de Ofícios em Chapecó”.

2.3- PRINCÍPIO DA CONFIANÇA

Inerente ao princípio da transparência tem-se o princípio da confiança, que tem como fundamento a “credibilidade que o consumidor deposita no produto ou no vínculo contratual como instrumento adequado para alcançar os fins que razoavelmente deles se espera²⁸”. Neste ponto, temos os contratantes de plano de saúde, no qual, o consumidor tem a confiança, que, caso se for necessário tratamento médico-hospitalar, o plano irá cobrir as despesas, uma vez que o contrato do plano visa este fim. O mesmo ocorre com os contratantes de seguro, caso haja algum sinistro com o veículo automotor, cabe à seguradora arcar com os custos, o mesmo ocorre se o veículo for furtado/roubado.

2.4- PRINCÍPIO DA SEGURANÇA

No mesmo sentido, também surge o princípio da segurança, que trouxe para o consumidor uma proteção contra aos riscos de consumo, transferindo-os para o

²⁶ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **O Direito do Consumidor no Limiar do Século XXI**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. P 429

²⁷ Idem, mesma página

²⁸ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **O Direito do Consumidor no Limiar do Século XXI**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 430

fornecedor. Desta forma, estabelece a responsabilidade objetiva, na qual, “todo aquele que fornece produtos ou serviços no mercado de consumo tem o dever de responder pelos eventuais defeitos dos bens e serviços fornecidos, independentemente de culpa²⁹”.

Anteriormente ao CDC, o fornecedor respondia apenas se tivesse agido com dolo ou culpa, sendo que, cabia exclusivamente ao consumidor a obtenção desta prova. Os fornecedores levavam enorme vantagem, uma vez que era praticamente impossível para o consumidor provar a conduta dolosa/culposa dos fornecedores. Desta maneira, a responsabilidade objetiva expandiu o leque de proteção ao consumidor no que tange a eventuais vícios inerentes aos bens e serviços adquiridos.

2.5- PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO

O Princípio da Informação possibilita ao consumidor escolher o produto que melhor adequa as suas necessidades. Esse princípio deve ser respeitado desde a fase pré-contratual até o pós-contratual. Cláudia Lima Marques nos ensina que

Se é direito do consumidor ser informado, este deve ser cumprido pelo fornecedor e não fraudado. Assim, a cláusula ou prática que considere o silêncio do consumidor como aceitação, mesmo com falha da informação, não pode prevalecer, acarretando nulidade da cláusula no sistema do CDC e até no sistema geral do Código Civil³⁰.

Na prática, um exemplo da aplicação do princípio da informação é a “maquiagem do produto”, na qual o fornecedor muda a embalagem de determinado produto, reduzindo a quantidade deste produto, entretanto não informa ao consumidor acerca desta diminuição, fazendo com que haja um “aumento disfarçado de preços”.

²⁹ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009. p.44

³⁰ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p.80

2.6- PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

O princípio da boa-fé objetiva visa o equilíbrio contratual entre as partes, Miragem, entende como “respeito e lealdade com o outro sujeito da relação, impondo um dever de correção e fidelidade, assim como respeito às expectativas legítimas geradas no outro³¹”. Rizzatto Nunes entende de maneira parecida, ao nos ensinar que:

Quando se fala em boa-fé objetiva, pensa-se em comportamento fiel, leal, na atuação de cada uma das partes contratantes a fim de garantir respeito à outra. É um princípio que visa garantir a ação sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão a ninguém, cooperando sempre para atingir o fim colimado no contrato, realizando o interesse das partes³².

Ao passo em que o princípio da boa-fé objetiva busca a lealdade entre as partes, o princípio da solidariedade observa de que maneira uma ação individual traz reflexos para a sociedade como um todo. Desta forma, Miragem entende esse princípio como:

informador do direito do consumidor, uma vez que promove a repartição de riscos sociais em vista da melhor satisfação dos consumidores vítimas de eventos no mercado de consumo, assim como fomenta uma nova compreensão do contrato para além dos efeitos tradicionais e exclusivo entre os contratantes, mas igualmente frente ao mercado e a terceiros³³

Além da preocupação acerca do equilíbrio e da lealdade entre as partes, surge a necessidade da efetividade da aplicação da lei consumerista, fazendo com que, a lei cumpra com o objetivo que lhe foi atribuído, ou seja, produza efeitos, tutelando o direito consumerista. Sendo assim, “observa-se a finalidade precípua do legislador, de assegurar a real aplicação das normas do CDC, buscando com isso, alcançar os resultados práticos pretendidos pela norma (...) oferecer máxima efetividade ao direito fundamental de defesa do consumidor³⁴”.

Após o estudo dos princípios percebemos que eles “influenciam a aplicação de todas as regras do CDC, se fazem presentes em todos os contratos de consumo e regem todas as relações entre o fornecedor e consumidor, na fase pré-contratual,

³¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. P 134

³² NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 3ª Edição. São Paulo: Saraiva 2008. p.132

³³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. Revista dos Tribunais. São Paulo. 2014. p. 133

³⁴ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. Revista dos Tribunais. São Paulo. 2014. p. 141

contratual e pós contratual³⁵". Desta forma, temos que, todas as relações de consumo devem respeitar os princípios norteadores do CDC, porque neles é que estão os objetivos que o ordenamento jurídico precisa alcançar.

³⁵ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009. p.45

3- O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

João Batista de Almeida define a vulnerabilidade como “espinha dorsal da proteção do consumidor³⁶”, desta forma para o autor, a proteção ao consumidor apenas se justifica pelo fato do consumidor ser a parte vulnerável na relação de consumo, sendo que em sua em sua definição é notório a necessidade da proteção, uma vez que, “consumidores são os que não dispõem de controle sobre os bens produção e, por conseguinte, devem submeter-se ao poder dos titulares deste³⁷”. Sendo assim, se o consumidor estivesse consciente de seus direitos e deveres, esta tutela seria desnecessária.

Bruno Miragem entende o princípio da Vulnerabilidade como peça chave para o ordenamento consumerista, sendo que em suas palavras, “a existência do direito do consumidor justifica-se pelo reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor. É está vulnerabilidade que determina ao direito que se ocupe da proteção do consumidor³⁸”. Desta forma, também entende Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin, sendo que para o Ministro do STJ, a vulnerabilidade “é a peça fundamental do direito do consumidor, o ponto de partida de toda a sua aplicação”.

A vulnerabilidade também pode ser definida como “situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo. Vulnerabilidade é uma característica, um estado do sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção³⁹”. Neste sentido, contempla todos os consumidores, pois de alguma forma ou outra, todo consumidor é vulnerável em relação aos fornecedores.

Paulo Valério Dal Pai Moraes entende que para haver vulnerabilidade é necessário que exista a atuação de alguma coisa sobre algo ou alguém, sendo que, para acontecer isto, é necessário que esta atuação tenha “potência suficiente para

³⁶ ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2ª Edição. São Paulo: Saraiva. 2007. p.19

³⁷ Idem

³⁸ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 122

³⁹ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 108

tanto⁴⁰". No âmbito do direito consumerista, o promotor entende que a vulnerabilidade é:

princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade daquele ou daqueles sujeitos fracos na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venham a ser ofendidos ou feridos, na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do sujeito mais potente da mesma relação⁴¹

A vulnerabilidade é dividida em várias searas que serão analisadas abaixo, sendo em que, todas têm como fim, a proteção do consumidor.

3.1.1- Vulnerabilidade Fática

A primeira vulnerabilidade a ser analisada é a vulnerabilidade fática, também conhecida como socioeconômica. Destarte, "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 contrate⁴²". Sendo assim, o fornecedor tem enorme vantagem sob o consumidor, uma vez que este está obrigado a aceitar as imposições do fornecedor, por isso, percebemos a importância do princípio da vulnerabilidade na tutela consumerista.

Miragem entende que a vulnerabilidade fática não é sinônimo de vulnerabilidade socioeconômica, mas sim uma de suas classificações. Para o autor, a vulnerabilidade fática pode ser compreendida de diferentes maneiras, como exemplo:

a mais comum (...) é a vulnerabilidade econômica do consumidor em relação ao fornecedor. No caso, a fraqueza do consumidor situa-se justamente na falta dos mesmos meios ou do mesmo porte econômico do fornecedor (...). Por outro lado, a vulnerabilidade fática também abrange situações específicas relativas a alguns consumidores. (...) podemos indicar o consumidor-analfabeto, a quem faltará, certamente, a possibilidade de pleno acesso a informações sobre a relação de consumo que estabeleça.

⁴⁰ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.96

⁴¹ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p. 96

⁴² BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 113

Ou o consumidor-doente, que apresenta espécie de vulnerabilidade fática especial em vista de sua situação de debilidade física⁴³.

3.1.2- A Vulnerabilidade Técnica

A vulnerabilidade técnica tem como base a presunção de que o fornecedor conhece o produto que está colocando a venda no mercado, do outro lado temos o consumidor que na maioria das vezes não tem nenhum conhecimento acerca do produto que está adquirindo. Desta forma Cláudia Lima Marques destaca que na vulnerabilidade técnica “o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto a sua utilidade, o mesmo ocorrendo em matéria de serviços⁴⁴”.

Paulo Valério entende que a vulnerabilidade técnica é configurada por inúmeros motivos, “sendo os principais a falta de informação, informações prestadas incorretamente e, até mesmo, o excesso de informações desnecessárias⁴⁵”, ele ainda destaca que o excesso desnecessário de informação faz com que o consumidor deixe de perceber aquelas informações que lhe interessam, ou seja, as informações necessárias.

Para o promotor, existem cinco fontes geradoras da vulnerabilidade técnica, sendo elas: “os produtos ou serviços naturalmente perigosos, os com defeitos, com vícios, oferecidos por intermédio de práticas comerciais abusivas e os contratos⁴⁶”.

Ainda acerca da vulnerabilidade técnica, Cavalieri Filho destaca que, como são os fornecedores que detêm o monopólio do conhecimento, resta para o consumidor apenas confiar no comportamento honesto, na lealdade e na boa fé dos

⁴³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 124

⁴⁴ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 109/110

⁴⁵ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.116

⁴⁶ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p. 116

fornecedores, ficando desta força, totalmente expostos⁴⁷. Por isso, o princípio da vulnerabilidade é tão importante no que tange a relação consumerista, assim, como o consumidor protegido das imposições abusivas dos fornecedores.

3.1.3- Vulnerabilidade Jurídica

O princípio da vulnerabilidade se desmembra em vulnerabilidade jurídica, que também é conhecida como vulnerabilidade científica, ela tem como fundamento que o consumidor não conhece seus direitos e deveres decorrentes da relação de consumo, lhe falta “compreensão sobre as consequências jurídicas dos contratos que celebra⁴⁸”.

Neste sentido Cavalieri Filho leciona que a vulnerabilidade jurídica “resulta da falta de informação do consumidor a respeito dos seus direitos, inclusive no que respeita a quem recorrer ou reclamar; a falta de assistência jurídica, em juízo ou fora dele (...) culmina por conferir privilegiada situação aos réus (...)”⁴⁹. Consequentemente, o não conhecimento jurídico dos consumidores beneficia os fornecedores, uma vez que, os consumidores deixam de buscar seus direitos por acreditarem que não os possuem.

Moraes infere que a vulnerabilidade se manifesta devido à “dificuldade que o consumidor possui para defender seus direitos, tanto na esfera administrativa como na judicial⁵⁰”. Ele ainda salienta que na esfera judicial, a vulnerabilidade jurídica⁵¹ sobressalta porque o consumidor na maioria das vezes tem pressa para a solução do conflito, enquanto que o fornecedor faz tudo para o protelamento da demanda. Isto ocorre, porque é muito vantajoso financeiramente para o fornecedor o prolongamento do processo. Desta feita, os consumidores preferem fazer um mau

⁴⁷ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009. p.40

⁴⁸ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 123

⁴⁹ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009. p.41

⁵⁰ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.120

⁵¹ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.127

acordo ao invés de esperar o final do processo, porque não se sabe quando o processo terá uma sentença transitada em julgado.

Cláudia Lima Marques entende que a vulnerabilidade jurídica é estendida para os conhecimentos de contabilidade e economia⁵².

A doutrina majoritária entende que existem três tipos de vulnerabilidade: a fática, a técnica e jurídica. Não obstante, alguns doutrinadores apontam outras formas de vulnerabilidade.

3.1.4- Vulnerabilidade Informacional

Neste sentido, Cláudia Lima Marques afirma que existe a vulnerabilidade informacional. Quem detém a informação, detém poder, uma vez que, e a falta de informação gera a vulnerabilidade. Para a autora a esta vulnerabilidade representa o maior desequilíbrio na relação de consumo, principalmente no que tange as novas tecnologias e ao comércio eletrônico. Presumir a vulnerabilidade informacional, em suas palavras “significa impor ao fornecedor o dever de compensar este novo fator de risco na sociedade. Aqui, mais do que técnica, jurídica ou fática, esta vulnerabilidade é essencial a dignidade do consumidor, principalmente enquanto pessoa física⁵³”.

Paulo Valério Dal Pai Moraes entende que existem ainda mais quatro espécies de vulnerabilidade, quais sejam: vulnerabilidade política ou legislativa, vulnerabilidade biológica ou psíquica, vulnerabilidade econômico social e a vulnerabilidade ambiental.

3.1.5- Vulnerabilidade Política

No ponto de vista do autor, a vulnerabilidade política ocorre “porque o consumidor ainda é bastante fraco no cenário brasileiro, inexistindo associações ou

⁵² MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 327

⁵³ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 117

órgãos capazes de influenciar decisivamente na contenção de mecanismos legais maléficos para relações de consumo e que acabam gerando verdadeiros mostrengos jurídicos⁵⁴. Isto acontece devido ao *lobby* atuante junto ao legislativo, na qual, os fornecedores participam ativamente “no processo de formação da política e das leis, alterando-as não raro, em seu benefício⁵⁵”. Moraes entende que a uma das saídas para o *lobby* seria aumentar o “poder de barganha em nível político”, no qual os sindicatos fariam concorrência direta, diminuindo assim o poder dos lobistas e de seus contratantes.

3.1.6- Vulnerabilidade Biológica

A vulnerabilidade biológica ou psíquica tem como fundamento de que o ser humano é seguidamente bombardeado por estímulos visuais, auditivos, químicos, do paladar e táteis, desta forma, o interior fisiológico e psíquico do sofre grande influência, e isto faz com que o ser humano tome decisões errôneas sobre aquilo que ele necessita.

Neste sentido, os fornecedores utilizam-se de técnicas para “aflorar necessidades, criar desejos, manipular manifestações de vontade e, assim, gerar indefinidas circunstâncias que poderão ter como resultado o maior consumo e, em um grau mais perverso, inclusive obrigar ao consumo de produtos ou serviços inadequados⁵⁶” e desnecessários, fazendo com que haja maior circulação da economia.

3.1.7- Vulnerabilidade Econômica e Social

A vulnerabilidade econômica e social existe quando os fornecedores submetem os consumidores a suas vontades, por meio de mecanismos técnicos

⁵⁴ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.133

⁵⁵ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.143

⁵⁶ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.152

avançados que o “poderio monetário” possui. Desta forma, o consumidor sofre “diretamente os reflexos de qualquer medida que venha a interferir na circulação da moeda e, em especial, do crédito⁵⁷”. Por isso, o autor salienta a necessidade de acabar com a concorrência desleal, uma vez que, o consumidor estaria completamente desamparado se não houvessem leis que coibissem esta prática, como exemplo, Lei que Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência⁵⁸.

3.1.8- Vulnerabilidade Ambiental

Por fim, o promotor atuante no Rio Grande do Sul afirma que a vulnerabilidade ambiental surge decorrente da “filosofia consumista”, resultante das “agressões ambientais” que está atingindo o ser humano, que é o consumidor. Desta feita, Moraes salienta que todo produto ou serviço que causar dano ao meio ambiente deve ser considerado inseguro. Ele cita o artigo 18, §6º, II do CDC, que dispõe: “são impróprios ao uso e consumo: nocivos à vida ou à saúde, perigosos...”. Para o autor, estas normas podem se adequar aos mais diversos acontecimentos que geram dano ao meio ambiente, e conseqüentemente “danos à segurança, à saúde e à vida do consumidor⁵⁹”.

Morais demonstra que a vulnerabilidade ambiental é comprovada devido diversas leis que existem – Lei da Ação Civil Pública 7.347/85, Decreto nº 1.306 que regulamenta o Fundo de Defesa de Direitos Difusos da Lei da Ação Civil Pública e o Código de Defesa do Consumidor- com o intuito de “tentar igualar os naturalmente desiguais, impedindo que a produção econômica e tecnológica se sobreponha a valores maiores, como a segurança, a saúde, a vida, facilmente atingíveis, maculados, ofendidos, em decorrência da necessidade de consumir⁶⁰”.

⁵⁷ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.161

⁵⁸ BRRASIL. **Lei nº: 12.529, de 30 De Novembro De 2011**. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência. Disponível em : <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm> . Último acesso dia 20 de outubro de 2017

⁵⁹ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.166

⁶⁰ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p.164

3-2. A SUSTENTABILIDADE

A vulnerabilidade ambiental está diretamente ligada à sustentabilidade. Neste sentido Juarez Freitas nos ensina que “a busca da sustentabilidade é um direito e encontra-la é um dever constitucional inalienável e intangível de reconhecimento da liberdade de cada cidadão⁶¹(...)”, e ainda salienta que “o direito fundamental à sustentabilidade multidimensional, que irradia efeitos para todas as províncias do Direito, não apenas para o Direito Ambiental, de sorte que o próprio sistema jurídico como que se converte em Direito da Sustentabilidade⁶²”.

O direito a sustentabilidade está assegurado pela Constituição Federal em seu artigo 225, que *in verbis*: “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”.

Bruno Miragem aponta que a defesa do consumidor e o meio ambiente são novos direitos, e ambos possuem a característica de reconhecer os novos interesses jurídicos que devem ser tutelados, mediante atuação estatal, nos âmbitos legislativos e executivos, desta forma, “possuem dimensão coletiva, em que se encontram cada vez mais próximos, de modo que em muitas situações incidem ao mesmo tempo as normas de proteção ao consumidor e ao ambiente⁶³”.

3.2.1- Princípio da Precaução

Neste contexto, tem-se o princípio da precaução, que foi consagrado na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento que ocorreu no Rio de Janeiro em 1992. O item 15 da Declaração dispõe:

de modo a proteger o meio ambiente, o princípio da precaução deve ser amplamente observado pelos Estados, de acordo com as suas capacidades. Quando houver ameaça de danos sérios ou irreversíveis, a ausência de absoluta certeza científica não deve ser utilizada como razão

⁶¹ FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: Direito ao Futuro**. 1ª Reimpressão. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2011. p. 63

⁶² FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: Direito ao Futuro**. 1ª Reimpressão. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2011. p. 40

⁶³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 104

para postergar medidas eficazes e economicamente viáveis para prevenir a degradação ambiental.⁶⁴

Deste ponto o Princípio da Precaução está atrelado ao Princípio da Vulnerabilidade Ambiental, uma vez que, a degradação do meio ambiente afeta todo ser humano, destacando que a vulnerabilidade é um estado de quem precisa de proteção.

Posteriormente uma análise do princípio da vulnerabilidade, tanto no aspecto amplo, visualizando o princípio como um todo, e após de forma aprofundada, verificando as suas variadas facetas, percebe-se que, se não fosse a base principiológica do CDC, o consumidor ficaria adstrito às imposições abusivas dos fornecedores, seja no âmbito pessoal, quando fere direito individual, ou na esfera coletiva, quando causa danos ao meio ambiente.

Em decorrência disso, surge à necessidade de sua proteção como indivíduo e como coletividade. Por isso, o Código de Defesa do Consumidor veda as práticas abusivas, que serão analisadas no próximo capítulo.

⁶⁴ **Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento.** Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf>>. Último acesso dia 20 de outubro de 2017

3- DAS PRÁTICAS ABUSIVAS

3.1- DEFINIÇÕES

As práticas abusivas possuem uma seção própria no CDC, que compreende os artigos 39º ao 41º. Contudo, o rol destas práticas está disposto nos incisos do artigo 39º. Entretanto, cabe destacar que existem práticas abusivas elencadas de forma dispersas no decorrer no código do consumidor, como exemplo a comercialização de produtos e serviços impróprios, o não-emprego de peças de reposição adequada, a falta de componentes da peça de reposição, dentre outros⁶⁵.

Herman Benjamin aponta que, as cláusulas abusivas vão além das atividades enganosas, e ressalta, mesmo quando a atividade não fere a veracidade, ela pode possuir uma “alta dose de imoralidade econômica e de opressão”. Sendo assim, pode causar “danos substanciais” contra o consumidor. As atividades abusivas “manifestam-se através de uma série de atividades, pré e pós-contratuais, assim como propriamente contratuais, contra as quais o consumidor não tem defesas, ou, se as te, não se sente habilitado ou incentivado a exercê-las”.⁶⁶

O desembargador conceitua as práticas abusivas em “comportamentos empresariais que afetam, diretamente, o consumidor, aproveitando-se de sua vulnerabilidade ou tornando-o mais vulnerável⁶⁷”. Enquanto que, para Rizzatto Nunes, as práticas abusivas “são ações e/ou condutas que, uma vez existentes, caracterizam-se como ilícitas, independentemente de se encontrar ou não algum consumidor lesado ou que se sinta lesado. São ilícitas em si, apenas por existirem de fato no mundo fenomênico⁶⁸”.

Cavaliere Filho define práticas abusivas como:

⁶⁵ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 9ª Edição. Rio Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 373

⁶⁶ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 306

⁶⁷ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. **O Código brasileiro de Proteção do Consumidor**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 123

⁶⁸ NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 3ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2008. p. 537

ações ou condutas do fornecedor em desconformidade com os padrões de boa conduta nas relações de consumo. São práticas que, no exercício da atividade empresarial, excedem os limites dos bons costumes comerciais e, principalmente, da boa-fé, pelo que caracterizam o abuso do direito (...) ⁶⁹

Bruno Miragem⁷⁰ entende que o método utilizado no artigo 39 tem como base, principalmente a boa-fé informadora das relações de consumo, porém, ao mesmo tempo, usa dos “usos e costumes comerciais” para impor deveres ao fornecedor. E acrescenta que a interpretação favorável ao consumidor ocorre porque a “noção de abuso justamente em vista da desigualdade de posições, e o exercício opressivo da posição dominante pelo fornecedor”. Sendo assim, é claramente perceptível à utilização do princípio da vulnerabilidade para se chegar a esta fim.

Assim, temos que o princípio da vulnerabilidade e o princípio da boa-fé fazem com que as práticas abusivas sejam coibidas no ordenamento consumerista, uma vez que se assim não fosse, o consumidor estaria obrigado a aceitar as imposições arbitrárias dos fornecedores.

3.2- DA DIVISÃO DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

Cláudia Lima Marques⁷² divide o rol do artigo 39º em quatro grupos. Sendo que, o primeiro veda que os fornecedores utilizem-se de sua superioridade econômica ou técnica para originar condições prejudiciais aos consumidores.

A segunda divisão⁷³ das cláusulas abusivas compreendem as práticas que usam da vulnerabilidade do consumidor, seja ela, social ou cultural. No terceiro grupo estão presentes as práticas que geram a modificação contratual sem a prévia autorização do consumidor. Também se encaixa neste grupo, o recebimento de mercadorias ou serviços sem que o consumidor tenha requisitado. Em alguns casos, o consumidor fica impossibilitado de devolver o que lhe foi enviado,

⁶⁹ CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009. p. 125

⁷⁰ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 283

⁷¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 283

⁷² MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 841

⁷³ Idem, p. 845

consequentemente, tem que aceitar e acaba contratando o serviço, estas são chamadas de “táticas agressivas”⁷⁴.

Por fim, o quarto grupo é o mais polêmico, porque traz a fase pré contratual e a aplicação de uso e costumes. Cabe salientar que, utiliza-se os usos e costumes apenas quando uma lei for omissa acerca de determinado assunto. Contudo, Marques leciona que “os usos e costumes no Brasil, geralmente são estabelecidos tendo em vista a superioridade econômica do fornecedor”⁷⁵.

De outro lado, Herman Benjamin também classifica as cláusulas abusivas. Para o ministro elas podem ser: contratuais, ocorre quando as cláusulas abusivas estão inseridas no interior de um contrato; pré-contratuais que ocorre durante o fazimento do contrato; pós contratuais, que ocorrem depois da contratação; ainda podem ser produtivas, quando desrespeita as normas técnicas no decorrer da produção, ou comerciais, que ocorre na fase da venda⁷⁶.

Na divisão de Cláudia Lima Marques, percebe-se que a obsolescência programada encaixa no primeiro grupo, uma vez que, os fornecedores se utilizam de sua superioridade técnica, para embutir no mercado de consumo, produtos que estão programados para estragarem. Mas também, se enquadra no segundo grupo delimitado pela autora, porque, é a vulnerabilidade do consumidor que faz com que ele necessite de proteção.

Na subdivisão de Herman Benjamin percebemos que a obsolescência programada se enquadra no terceiro, ou seja, o grupo das cláusulas abusivas pós contratuais, visto que, os defeitos existem no produtos decorrentes da obsolescência programada surgem apenas após a venda do bem de consumo.

⁷⁴ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 847/848

⁷⁵ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 6ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 850

⁷⁶ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 306

3.3- CLÁUSULAS ABUSIVAS COMO ROL EXEMPLICATIVO

O rol de práticas abusivas é exemplificativo, inclusive no caput do artigo 39, conseguimos perceber está ressalva, uma vez que, “É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas”. Podemos perceber que expressamente o artigo traz “dentre outras práticas abusivas” ao longo de sua disposição. Herman Benjamin, um dos autores do anteprojeto de lei nos explica o porquê deste rol ser aberto:

Não poderia o legislador, de fato, listar, à exaustão, as práticas abusivas. O mercado de consumo é de extremada velocidade e as mutações ocorrem da noite para o dia. Por isso mesmo é que buscamos, no seio da comissão, deixar bem claro que a lista do art. 39 é meramente exemplificativa, uma simples orientação do intérprete⁷⁷.

No mesmo sentido, também entende Paulo Valério Morais Dal Pai, ao lecionar que:

é facilmente vislumbrável, as mais variadas possibilidades de práticas comerciais abusivas podem acontecer em um mundo tão complexo como o atual, motivo pelo qual a Lei Consumerista traz um elenco não exaustivo de práticas abusivas no artigo 39, ficando claro que outras poderão ser reconhecidas judicialmente, quando for maculado algum dos princípios do CDC⁷⁸.

Desta forma, percebemos que o rol das práticas abusivas são *numerus apertus*, ou seja, o artigo 39 do CDC, não é um rol exaustivo, podendo ser considerado prática abusiva todo comportamento do fornecedor que causa danos ao consumidor e que fere os princípios implícitos e explícitos da lei Consumerista.

Assim sendo, quando os fornecedores utilizam de práticas abusivas recebem desde sanções administrativas, até punições mais graves. Dentre as sanções administrativas inclui: cassação de licença, interdição, suspensão de atividade e intervenção administrativa.

É necessário salientar, a utilização de práticas abusivas gera o dever de reparação pelos prejuízos causados, provocando indenização, inclusive danos morais, Conforme nos mostra os incisos VI e VII do artigo 6º da lei 8.078/90:

⁷⁷ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 9ª Edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p. 374

⁷⁸ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999. p. 280

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

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

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;⁷⁹

Se a prática abusiva por praticada reiteradamente pode ocasionar a desconsideração da personalidade jurídica da empresa. Herman Benjamin nos orienta, “a utilização de prática abusiva caracteriza ora abuso de direito, ora excesso de poder, ora mera infração de lei. Em todos esses casos, o mercado precisa ser saneado, em favor do consumidor, bem como em benefício da concorrência⁸⁰”.

Destarte, o código de Defesa consumidor visa coibir toda e qualquer forma de prática abusiva, ainda que não esteja disposta no bojo de seu texto. Basta que a prática viole a boa-fé. Salientando que, Rizzatto Nunes entende que, se a conduta praticada pelo fornecedor for abusiva, não é necessário que haja lesão ao consumidor. A conduta é ilícita apenas pela prática abusiva perpetrada. Desta forma, protege o consumidor, a parte vulnerável da relação de consumo, dos abusos cometidos pelos fornecedores.

Assim, começaremos o estudo da Obsolescência Programada demonstrando de que forma os fornecedores se beneficiam desta prática para auferirem mais lucros.

⁷⁹ BRASIL. **Lei n º: 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm> Último acesso em 04 de novembro de 2017

⁸⁰ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.p. 308

4- DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

4.1- BREVE CONTEXTO HISTÓRICO

A Obsolescência Programada surgiu na década de 20 (vinte) do século passado, quando se percebeu que não era vantajoso para o mercado que um determinado produto tivesse uma vida útil prolongada. Tudo começou com a vida útil das lâmpadas.

Em 1881, quando Tomas Edison inventou a lâmpada, ela tinha duração de 1.500 horas. Após trinta anos, em 1911, foi divulgada uma nova lâmpada que durava 2.500 horas.

Entretanto, em 1924, os fabricantes de lâmpadas da Europa e dos Estados Unidos se reuniram para negociarem uma maneira de diminuir a vida útil das lâmpadas para 1.000 horas, a fim de fomentar o mercado de vendas de lâmpadas. Este cartel elaborou este plano que recebeu o nome de "Phoebus", como é retratado no documentário "Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada"⁸¹, ainda segundo o documentário⁸², "um produto que se recusa a se desgastar é uma tragédia para o negócio".

O conceito de obsolescência programada surgiu após a depressão Norte Americana, na qual Bernard London⁸³ propunha uma redução na vida útil das mercadorias, com o intuito de impulsionar a economia norte americana que estava estagnada. O autor defendia que a obsolescência programada deveria ser obrigatória, assim impulsionaria o comércio, e conseqüentemente aumentaria os empregos. Na época a ideia não foi vista com bons olhos, pois parecia muito radical.

Contudo, o tema obteve destaque quando na década de 50 (cinquenta), Brooks Stevens um designer norte americano afirmou que a "obsolescência

⁸¹ **Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada.** Direção e Produção: Cosima Dannoritzer. Espanha: Arte. France, 2010 (52min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=H7EUyuNNaCU&t=288s>> Último acesso dia 22 de novembro de 2017

⁸² Idem

⁸³ LONDON, Bernard. **Ending the Depression Through Planned Obsolescence.** 1932. Disponível em: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/27/London_%281932%29_Ending_the_depression_through_planned_obsolescence.pdf> Último acesso dia 13 de setembro de 2017

programada resulta do desejo dos consumidores de possuírem algo um pouco mais novo, um pouco melhor, um pouco mais cedo do que é necessário”⁸⁴. Ele ainda salienta que “todo negócio de sucesso depende de produção, vendas e lucro⁸⁵”, assim, é “dever de cada fabricante se engajar em uma contínua pesquisa e desenvolvimento de produtos para fornecer continuamente ao mercado o melhor e o mais novo⁸⁶”.

Este pensamento da década de 50 cresceu e se expandiu, sendo que atualmente os fabricantes passaram a adotar esta prática.

4.2- DEFINIÇÕES

Ao conversarmos com pessoas mais velhas, é muito comum ouvirmos queixas dos produtos vendidos atualmente. Segundo elas, os produtos de antigamente eram feitos para durar, ao contrário de do que ocorre hoje em dia. Neste sentido, surge uma dúvida, até que ponto elas estão certas?

Herman Benjamin explica que a prática da obsolescência planejada não é novidade, e que:

O consumidor é induzido a adquirir um produto ou serviço que, em pouco tempo, será considerado obsoleto, seja porque sua utilidade decai rapidamente, seja porque o fornecedor, intencionalmente, deixou de lhe dar certas características que já conhecia, apenas para lançar um "novo" produto em seguida. E o consumidor queda-se completamente alheio a todo esse processo, embora pagando, por inteiro, seus custos⁸⁷.

⁸⁴ Stevens, Brooks. 1960. **Planned Obsolescence**. The Rotarian (February), 12. “Planned obsolescence results from the consumer’s desire to own something a little newer, a little better, a little sooner than is necessary” (tradução livre). Disponível em : <https://books.google.com.br/books?id=ZzcEAAAAMBAJ&pg=PA12&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false> Último acesso dia 22 de novembro de 2017

⁸⁵ Stevens, Brooks. 1960. **Planned Obsolescence**. The Rotarian (February), 12. “Any successful business depend upon production, sales, and profit” (tradução livre). Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=ZzcEAAAAMBAJ&pg=PA12&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false> Último acesso dia 22 de setembro de 2017

⁸⁶ Stevens, Brooks. 1960. **Planned Obsolescence**. The Rotarian (February), 12 “the duty of every manufacturer to engage in a continuous research and product development to provide continually the market the best and the newest” (tradução livre). Disponível em <https://books.google.com.br/books?id=ZzcEAAAAMBAJ&pg=PA12&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false> Último acesso dia 22 de novembro de 2017

⁸⁷ BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 159

Da mesma maneira entende Luís Felipe Salomão, também Ministro do Superior Tribunal de Justiça, e relator do Recurso Especial nº 984.106 - SC (2007/0207915-3), ao definir Obsolescência Programada como:

redução artificial da durabilidade de produtos ou do ciclo de vida de seus componentes, para que seja forçada a recompra prematura. Como se faz evidente, em se tratando de bens duráveis, a demanda por determinado produto está viceralmente relacionada com a quantidade desse mesmo produto já presente no mercado, adquirida no passado. Com efeito, a maior durabilidade de um bem impõe ao produtor que aguarde mais tempo para que seja realizada nova venda ao consumidor, de modo que, a certo prazo, o número total de vendas deve cair na proporção inversa em que a durabilidade do produto aumenta⁸⁸.

Durante o seu voto, o ministro citou alguns exemplos, senão vejamos:

a reduzida vida útil de componentes eletrônicos (como baterias de telefones celulares), com o posterior e estratégico inflacionamento de 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 a produto (por exemplo softwares); o produtor lança uma linha nova de produtos, fazendo cessar açodadamente a fabricação de insumos ou peças necessárias à antiga⁸⁹.

Os fabricantes de produtos elétricos e eletrônicos se utilizam da obsolescência programada com a finalidade de aumentar seus lucros. Neste sentido, o documentário “Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada⁹⁰” mostra a empresa Apple utilizando desta prática, visando esta finalidade. Dois jovens americanos gravaram um vídeo denunciando que a empresa não disponibilizava baterias novas para reposição das desgastadas, sendo que a vida útil média da bateria do mp3 (Ipod) era de apenas 18 meses. Após o desgaste da bateria, o consumidor deveria comprar um novo produto.

O vídeo teve grande destaque e incentivou os consumidores a ajuizarem ações contra a empresa buscando reparar o dano sofrido devido à baixa vida útil das baterias. Cumpre destacar que, durante a fase judicial descobriu que a empresa propositalmente diminuiu a vida útil das baterias, fato este que foi comprovado por documentos que a própria Apple juntou no processo.

⁸⁸ STJ. REsp 984.106/SC, j. 04.10.2012, rel. Min. Luis Felipe Salomão, DJe 20.11.2012

⁸⁹ STJ. REsp 984.106/SC, j. 04.10.2012, rel. Min. Luis Felipe Salomão, DJe 20.11.2012

⁹⁰ **Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada**. Direção e Produção: Cosima Dannoritzer. Espanha: Arte. France, 2010 (52min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=H7EUyuNNaCU&t=288s>> Último acesso dia 22 de novembro de 2017

Após meses de tensão foi fechado um acordo, no qual, ficou definido que a empresa faria um *recall* nas baterias e ampliaria o prazo de garantia do Ipod para 24 meses.

O documentário “Obsolescência Programada⁹¹”, retrata inclusive, os desafios enfrentados por Marcos, um consumidor espanhol ao descobrir que sua impressora a jato não estava mais funcionando, e ao leva-la na assistência técnica descobriu que o concerto era inviável devido aos altos custos com a peça que precisaria ser trocada mais o preço atribuído à mão de obra para realizar o serviço. Desta forma, em todas as assistências técnicas que o consumidor levou a impressora, recebeu o mesmo conselho: seria mais viável comprar uma nova. Está é a resposta padrão que os consumidores recebem quando eletrônicos deixam de funcionar⁹².

Todavia, Marcos estava buscando alternativa além da que lhe foi proposta, e ao pesquisar na internet, descobriu um site russo, que denunciava que os produtores de impressoras instalavam nas mesmas um microchip com contador de página, responsável por fazer a máquina “estragar” após um quantidade determinada de impressão.

Após esta descoberta, Marcos baixou o *software* russo que reprogramou o microchip de sua impressora, fazendo com que ela voltasse a funcionar, sendo que a única peça que o consumidor teve que trocar foi uma esponja, que é responsável por armazenar o resíduo de tinta.

Neste sentido Cláudia lima Marques entende que o consumidor como “agente econômico” não compra um determinado produto visando lucro, entretanto, isso não significa que ele não possui o direito de informações sobre o produto adquirido. Nas palavras da professora:

O consumidor como agente econômico jamais terá e nem quer ter a mesma expertise do empresário ou fornecedor, mas mesmo assim ele deve receber as informações e esclarecimentos como sinal de respeito e boa fé. O consumidor não compra uma coisa ou contrata um serviço com a finalidade

⁹¹ **Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada.** Direção e Produção: Cosima Dannoritzer. Espanha: Arte. France, 2010 (52min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=H7EUyuNNaCU&t=288s>> Último acesso dia 22 de novembro de 2017

⁹² LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos.** Tradução de Heloisa Mourão. –Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 22

de lucro, mesmo assim deve ter a mercadoria qualidade e ser utilizável por um período mínimo de tempo⁹³.

4.3 A SOCIEDADE DE CONSUMO

Os fornecedores se utilizam da prática abusiva com o intuito de auferir mais lucros, utilizando-se da vulnerabilidade dos consumidores. O economista e filósofo francês Serge Latouche nos ensina que a obsolescência é uma das grandes armas do capitalismo desenfreado, nesta acepção:

Com a obsolescência programada, à sociedade de crescimento tem em seu poder a arma suprema do consumismo. Aparelhos e equipamentos, desde lâmpadas elétricas aos óculos quebram mais e cada vez mais rápido porque alguma parte está programada para falhar. É impossível encontrar peças de reposição ou alguém para repará-los. E, ainda se nós pudéssemos encontrar alguém para repará-los, seria mais barato comprar um aparelho novo (pois os aparelhos estão sendo fabricados a preços reduzidos devido às condições miseráveis de trabalho no Sudeste Asiático)⁹⁴.

Victor Lebow, em 1955 já idealizava a sociedade de consumo, ao passo que o economista escreveu para o *“Journal of Retailing”* afirmando que:

Nossa economia extremamente produtiva exige que façamos o consumo de nosso modo de vida, que convertamos a compra e uso de bens em rituais, que busquemos nossas satisfações espirituais, nossas satisfações de ego, no consumo (...) Nós precisamos consumir, esbanjar, esgotar, substituir e descartar em um ritmo cada vez maior. Precisamos que as pessoas comam, bebam, se vestem, viajem, vivam, com um consumo cada vez mais complexo e, portanto, cada vez mais caro⁹⁵.

Latouche critica a sociedade de consumo afirmando que toda a sociedade vive em “ciclo infernal”, sendo que, “a vida do trabalhador se resume a um biodigestor que usa mercadorias para metabolizar seu salário, e seu salário para

⁹³ MARQUES, Cláudia Lima. **A Proteção do consumidor em um mundo globalizado: studium generale sobre o consumidor como homo novis**. Revista de Direito do Consumidor. vol. 85. Ano 22. P. 25-62. São Paulo. Editora RT, jan-fev.2013

⁹⁴ LATOUCHE, Serge. **Farewell to Growth**. Tranlated by David Macey. Malden. Polity Press. 2009 p. 19 “Built-in obsolescence gives the growth society the ultimate weapon of consumerism. Appliances and equipment, from electric lamps to spectacles, break more and more quickly because some part is designed to fail. It is impossible to find spares, or someone to repair them. And even if we could lay hands on someone who could repair them, it would be cheaper to buy new ones (and they are now manufactured at knockdown prices in the sweatshops of South-East Asia”. (tradução livre)

⁹⁵ Lebow, Victor. **'Price Competition in 1955'**, Journal of Retailing XXI(S), Spring. “Our enormously productive economy demands that we make consumption our way of life, that we convert the buying and use of goods into rituals, that we seek our spiritual satisfactions, our ego satisfactions, in consumption (...) We need things consumed, burned up, worn out, replaced, and discarded at an ever increasing pace. We need to have people eat, drink, dress, ride, live, with ever more complicated and, therefore, constantly more expensive consumption.” (tradução livre) Disponível em <<http://www.gcafh.org/edlab/Lebow.pdf>>. Último acessado dia 23 de Setembro de 2017.

metabolizar mercadorias, assim, o trabalhador vai da fábrica para o hipermercado, e do hipermercado para a fábrica⁹⁶.

Na mesma linha segue Zygmunt Bauman, que nos adverte acerca da “vida ‘agorista’ dos cidadãos da era consumista o motivo da pressa é, em parte, o impulso de adquirir e juntar. Mas o motivo mais premente que torna a pressa de fato imperativa é a necessidade de descartar e substituir⁹⁷”. Gerando assim, o que o filósofo denomina síndrome consumerista, que “degradou a duração e elevou a efemeridade. Ela ergue o valor da novidade acima do valor da permanência. (...) A síndrome consumerista envolve velocidade, excesso e desperdício⁹⁸”.

A síndrome consumerista advém da sociedade de consumidores, conceituada por Bauman como “o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas⁹⁹”.

Neste sentido, Vance Packard em seu livro “Estratégia do Desperdício”, nos mostra como os especialistas em vendas embutiam a necessidade de consumo nas pessoas, visando assim, aumentar o número de vendas, mesmo com a saturação do mercado:

“o consumidor deveria ser induzido a comprar de cada produto mais do que estava comprando. O meio de acabar com o excesso de comida era produzir comilões. Naturalmente, porém, isso não seria apresentado em termos assim tão rudes. Era preciso oferecer aos consumidores pretextos plausíveis para comprar de cada produtos mais do que teria parecido razoável ou prudente nos anos anteriores¹⁰⁰”.

O autor nos ensina que, a obsolescência programada foi um das ferramentas utilizadas para induzir nos consumidores o “pretexto plausível para

⁹⁶ LATOUCHE, Serge. **Farewell to Growth**. Tranlated by David Macey. Malden. Polity Press. 2009 p. 16/17 “The life of a worker usually comes down to that of a 'bioingester who uses commodities to metabolize his wages and his wages to metabolize commodities as he goes from the factory to the hypermarket and from the hypermarket to the factory' (tradução livre)

⁹⁷ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução autorizada da Primeira Edição Inglesa. Tradutor: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008 p. 50

⁹⁸ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução autorizada da Primeira Edição Inglesa. Tradutor: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008 p. 111

⁹⁹ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução autorizada da Primeira Edição Inglesa. Tradutor: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008 p. 71

¹⁰⁰ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 27

comprar”, ela muda a “atitude mental do consumidor”, criando assim o “espírito de jogar fora”. Packard entende que a obsolescência planejada é um gênero, da qual são espécies: obsolescência de função, obsolescência de qualidade e obsolescência de deseabilidade.

4.4 CLASSIFICAÇÕES DA OBSOLESCÊNCIA POR VANCE PACKARD

4.4.1- Obsolescência de Função

A obsolescência de função compreende naquela em que “um produto existente torna-se antiquado quando é introduzido um produto que executa melhor a função¹⁰¹”. O autor exemplifica: os aviões de passageiros com “motores de pistão” foram ultrapassados pelos aviões a jato, sendo que estes “mais velozes e silenciosos”; a passagem da tela de televisão de doze polegadas para a tela de vinte polegadas; a possibilidade de fazer ligações a “centenas de milhares de distância” sem o auxílio de uma telefonista.

4.4.2- Obsolescência de Qualidade

A segunda espécie é a obsolescência de qualidade, determina que “um produto quebre-se ou gaste-se em determinado tempo, geralmente não muito longo”. Ao decorrer dos anos, os homens de negócios desenvolveram expressões para descrever o termo provável de durabilidade de seus produtos, este termo foi denominado de: “ponto de utilidade exigida”, “época de falha”, ou ainda, “data de morte do produto”. Packard exemplifica que “estabelecer o tempo de vida provável de um produto não é muito difícil. Muita vês é possível fazê-lo determinando a duração da vida de seu elo mais fraco. A vida de um produto tende a ser tão longa quanto à daquele elo, especialmente se ele for difícil de substituir¹⁰²”.

Como exemplo da obsolescência de qualidade, podemos citar a meia-calça (meias de nylon, ou ainda meia-fina), como demonstrado no documentário

¹⁰¹ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 51

¹⁰² PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 53

“Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada¹⁰³”, na qual, Dupont, a empresa fabricante das meias calças, ao perceber que elas eram altamente duráveis começou a diminuir a qualidade do nylon na fabricação, fazendo com que a meia calça passasse a ser mais frágil, conseqüentemente se desgastando e estragando cada vez mais rápido, aumentando assim, a quantidade de sua venda.

4.4.3- Obsolescência de Desejabilidade

Por último, temos a obsolescência de desejabilidade, não qual “o produto ainda está sólido, em termos de qualidade ou performance, torna-se “gasto” em nossa mente porque um aprimoramento de estilo ou outra modificação faz com que fique menos desejável”.

Esta obsolescência também recebe o nome de psicológica, uma vez que, os fornecedores embutem no psicológico dos consumidores que o bem de consumo que eles possuem é ultrapassado, ou seja, “não moderno”. Desta forma, os consumidores passam a acreditar que o novo produto lançado no mercado é de extrema necessidade, uma vez que irão suprir as necessidades que o seu produto não é capaz. Packard demonstra que “uma vez aceita esta premissa, é possível criar a obsolescência na mente¹⁰⁴”.

No tocante a obsolescência de desejabilidade, podemos citar desde exemplos que na maioria das vezes são imperceptíveis a primeira vista, ou aqueles que possuem uma forte campanha/propraganda por trás.

O jornalista norte americano percebe, ainda na década de 60 que, “o setor das modas femininas mostrava-se ideal para abrir caminho na obsolescência planejada de desejabilidade porque ali as necessidades psicológicas eram mais predominantes¹⁰⁵”. As mudanças variavam desde a cor que deveria ser

¹⁰³ **Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada**. Direção e Produção: Cosima Dannoritzer. Espanha: Arte. France, 2010 (52min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=H7EUyuNNaCU&t=288s>> Último acesso dia 22 de novembro de 2017

¹⁰⁴ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 64

¹⁰⁵ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 66

predominante no ano seguinte, ou até mesmo o modelo dos vestidos, no tocante ao comprimento e ao modelo adequado na cintura, às saias passaram:

de cintura alta e depois começaram de novo abaixar a barra da saia, passaram rapidamente para a moda de cintura baixa. Enquanto isso, as desenhistas estavam alargando os ombros a fim de criar a obsolescência. Como antes os ombros eram estreitos, com pouco material disponível, uma mulher não poderia fazer muitas coisa para reformar os vestidos que tinha.¹⁰⁶

O mesmo foi notado nos cosméticos, na qual, começaram a introduzir “conceitos de estilo em suas vendas”, Charles Revson, fundador da Revlon, anunciava novas tonalidades de esmaltes a cada seis meses, desta forma, a cada seis meses as cores antigas tornavam-se obsoletas¹⁰⁷.

Para fazer com que os homens também passassem a sofrer influência da obsolescência de desejabilidade, ela foi introduzida no mercado automobilístico.

Neste sentido, temos que, “a indústria automobilística foi o primeiro grupo importante a deixar-se fascinar pelo aumento de vendas que se poderia conseguir imitando os modistas de mulheres¹⁰⁸”. As empresas automobilísticas vinculavam na mídia propagandas com o intuito de fomentar a venda de carros. A Chevrolet anunciava que “Um estilo que cria uma nova moda”, a Ford, “nada mais novo no MUNDO DO ESTILO”, ou ainda, “A revista *Vogue* diz que Ford é um sucesso da moda”, a Oldsmobile “Início de um novo ciclo de estilo”.

Desta forma, o “nôvo tornou-se a palavra-chave quando os produtores procuraram fazer proprietários de automóveis sentirem-se antiquados com qualquer veículo de mais de dois anos de idade¹⁰⁹”.

A empresa General Motors foi pioneira, em 1958, decidiu que, a cada ano mudaria a aparência de seus cinco carros – Crevolet, Pontiac, Oldmobile, Buick e Cadillac-, assim, “cada carro seria um carro novo a cada ano¹¹⁰”. As mudanças eram feitas desde a carroceria do automóvel, até as quantidade e aparência dos faróis que fazem parte do jogo de acessórios que completam o veículo. Assim, “em 1960, porém, possuísse um carro de dois anos antes com uma dúzia ou mais de

¹⁰⁶ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 68

¹⁰⁷ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 68

¹⁰⁸ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 74

¹⁰⁹ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 74

¹¹⁰ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 76

faróis externos poderia com razão sentir que seu automóvel estava incômodamente antiquado. Os designers estavam então conseguindo uma nova aparência pela subtração de luzes!¹¹¹”

Em consequência destes ciclos de mudanças, ocorrendo cada vez em menor período de tempo, os consumidores começaram a pagar um alto custo para manterem com seus hábitos de consumo, pois, os fornecedores repartiram e embutiram os gastos para melhorar a desejabilidade do produto, no próprio produto, desta forma, os bens de consumo passaram a ser cada vez mais caros.

Na sociedade atual, as mesmas práticas citadas anteriormente continuam acontecendo. Contudo, de maneira ampliada, uma vez que, na década de 60 não existiam áreas do consumo ligado aos telefones celulares e os aparelhos de informática, como: os Tablets e Notebooks. As empresas fabricantes destes bens de consumo lançam no mercado com espaço de tempo cada vez mais reduzido novas tecnologias. Um celular considerado o mais moderno de sua geração, torna-se obsoleto em um curto espaço de tempo. E o celular com a avançada tecnologia que substitui aquele antigo, em questão de meses, será substituído por outro mais tecnológico, e assim, segue o ciclo da obsolescência de desejabilidade.

4.5 CLASSIFICAÇÕES DA OBSOLESCÊNCIA POR GILES SLADE

Giles Slade separa a obsolescência em três grupos, sendo eles: obsolescência tecnológica, obsolescência psicológica e por último a obsolescência planejada ou programada.

4.4.1- Obsolescência de Função

Slade aponta que “a primeira fase fruto da obsolescência, é chamada de obsolescência tecnológica ou obsolescência devido à inovação tecnológica¹¹²”. Dessarte, o autor aponta que, a General Motors (GM) percebeu que a obsolescência

¹¹¹ PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 82

¹¹² SLADE, Giles. **Planned Made to Break: Technology and Obsolescence in America**. Published April 15th 2006 by Harvard University Press (first published April 5th 2006) p. 04. “the earliest phase of product obsolescence, then, is called technological obsolescence, or obsolescence due to technological innovation”. (tradução livre)

tecnológica era uma das estratégias de marketing que eles poderiam utilizar para vender carros novos¹¹³. Assim, a GM começou a “utilizar a obsolescência tecnológica como sua principal vantagem, confiou nas pesquisas científicas e no *design* de seus automóveis¹¹⁴”.

Com o advento das novas tecnologias, a introdução de novos produtos no mercado, faz com que os antigos fiquem ultrapassados. Seguindo o exemplo de Slade, a cada carro que a GM lançava no mercado, fazia com que os modelos inferiores deixassem de ser o objeto de desejo dos consumidores. Assim, aliado com a obsolescência tecnológica, temos a obsolescência psicológica.

4.4.2- Obsolescência de Psicológica

O autor define a obsolescência psicológica como “estratégia destinada a colocar o consumidor em um estado de ansiedade com base na crença de que o que quer que seja velho é indesejável, disfuncional e embaraçoso, em comparação com o que é novo¹¹⁵”.

Slade pondera que, “em termos de fabricação, a obsolescência psicológica foi superior à obsolescência tecnológica, porque era consideravelmente mais barato criar e poderia ser produzido sob demanda¹¹⁶”.

Percebe-se que a definição de Slade acerca da obsolescência psicológica, se aproxima com a aceção de obsolescência de desejabilidade entendida por Packard. Ambos os autores ensinam que, os fornecedores embutem nos consumidores a necessidade de se consumir, assim, para manterem o alto grau de

¹¹³ SLADE, Giles. **Planned Made to Break: Technology and Obsolescence in America**. Published April 15th 2006 by Harvard University Press (first published April 5th 2006). p. 34

¹¹⁴ SLADE, Giles. **Planned Made to Break: Technology and Obsolescence in America**. Published April 15th 2006 by Harvard University Press (first published April 5th 2006) p. 34. “to use technological obsolescence to its best advantage, relied on scientific research in the design of his GM automobiles”. (tradução livre)

¹¹⁵ SLADE, Giles. **Planned Made to Break: Technology and Obsolescence in America**. Published April 15th 2006 by Harvard University Press (first published April 5th 2006) p. 50. “strategy designed to put the consumer into a state of anxiety based on the belief that whatever is old is undesirable, dysfunctional, and embarrassing, compared with what is new” (tradução livre)

¹¹⁶ SLADE, Giles. **Planned Made to Break: Technology and Obsolescence in America**. Published April 15th 2006 by Harvard University Press (first published April 5th 2006).p. 36. “In manufacturing terms, psychological obsolescence was superior to technological obsolescence, because it was considerably cheaper to create and could be produced on demand”. (tradução livre)

consumo, o trabalhador passa a viver como se fosse um biodigestor, da fábrica para o hipermercado, do hipermercado para a fábrica, como ressalta Latouche.

4.4.3- Obsolescência Programada

Por fim, a obsolescência planejada, ou programada é entendida pelo autor como “termo utilizado para descrever os tipos de técnicas empregadas para artificialmente limitar a durabilidade de bens manufaturados, a fim de estimular o consumo repetitivo. Visando reduzir a vida útil dos produtos e vender mais bens (...)”¹¹⁷ .

Assim, no decorrer deste capítulo foi analisado o prejuízo individual que cada consumidor enfrenta em relação aos fornecedores. Entretanto, o meio ambiente também sofre com esta prática abusiva, sendo assim, no próximo capítulo será analisado os impactos ambientais decorrentes da obsolescência.

¹¹⁷ SLADE, Giles. **Planned Made to Break: Technology and Obsolescence in America**. Published April 15th 2006 by Harvard University Press (first published April 5th 2006). p. 05. “obsolescence is the catch-all phrase used to describe the assortment of techniques used to artificially limit the durability of manufactured good in order to stimulate repetitive consumption”. (tradução livre)

5- OBSOLESCÊNCIA E O MEIO AMBIENTE

O consumo é inerente ao ser humano, contudo, o consumismo exacerbado gera danos na esfera coletiva, uma vez que, tem como resultado a degradação do meio ambiente. Seja poluindo um ecossistema ou ainda promovendo o desmatamento. Assim, Fabio Feldmann explica a diferença entre o consumo e o consumismo:

O consumo é essencial para a vida humana, visto que cada um de nós é consumidor. O problema não é o consumo em si mesmo, mas os seus padrões e efeitos, no que se refere á conciliação de suas pressões sobre o meio ambiente e o atendimento das necessidades básicas da humanidade. Para tanto é necessário desenvolver melhor a compreensão do papel do consumo na vida cotidiana das pessoas. De um lado, o consumo abre enormes oportunidades para o atendimento de necessidades individuais (...) Neste sentido, o consumo contribui claramente para o desenvolvimento humano, quando aumenta suas capacidades, sem afetar adversamente o bem-estar coletivo, quando é tão favorável para as gerações futuras como para as presentes, quando respeita a capacidade de suporte do Planeta e quando encoraja a emergência de comunidades dinâmicas e criativas. O consumo na vida contemporânea, entretanto, traz novas dinâmicas e a sua compreensão está longe de ser alcançada.¹¹⁸

Neste sentido, Édis Milaré explica que o consumismo “consiste em uma mentalidade arraigada e em hábitos mórbidos, mais ou menos compulsivos, que embotam a consciência do cidadão consumista, impedindo-o de fazer sequer a menor autocrítica (...) O consumista é uma espécie de pessoa mistificada, iludida e autoiludida¹¹⁹”.

Assim, embutir a prática da obsolescência de desejabilidade no consumidor, induzindo ao consumo, agrava os danos ao meio ambiente, uma vez que, gera maior consumo, e conseqüentemente maior quantidade de descarte.

Em decorrência disso, Milaré adverte que se “somados, os milhões e milhões de consumidores existentes na população mundial representam uma ameaça global para o meio ambiente, tanto mais que essa mesma população cresce em taxas ainda assustadoras, sobretudo nos países pobres ou em vias de

¹¹⁸ FELDMANN, Fábio. **A parte que nos cabe: Consumo Sustentável? Meio ambiente no século XXI. 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento.** Coordenação de André Trigueiro. 4º Edição. 1ª Reimpressão – Campinas, SP: Armazém do Ipê p.147/148

¹¹⁹ MILARÉ, Édis. **Direito do Ambiente.** 10ª Edição São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015, p. 82

desenvolvimento¹²⁰". Desta forma, o consumismo desenfreado coloca em risco não apenas um determinado local, mas sim, "o equilíbrio do ecossistema terrestre, como um todo".

Tudo o que é consumido, após um determinado tempo é jogado fora e vai se acumulando nos lixos e conseqüentemente nos lixões ao redor do globo terrestre. Assim, para Bauman "novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos; o advento do consumismo inaugura uma era de "obsolescência embutida" dos bens oferecidos no mercado e assinala um aumento espetacular na indústria da remoção do lixo¹²¹". Assim, "a economia consumista se alimenta do movimento das mercadorias e é considerada em alta quando o dinheiro mais muda de mãos; e sempre que isto acontece, alguns produtos estão viajando para o depósito de lixo¹²²".

5.1 – OS LIXÕES

Desta forma surge a pergunta: pra onde vai todo este lixo? O documentário "Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada" denuncia o descarte ilegal de lixos, que os países desenvolvidos submetem os países de terceiro mundo.

A obsolescência programada gera enorme quantidade de lixo. Diariamente, chega a Gana, país da África Ocidental, containers e containers contendo eletrônicos que os países desenvolvidos denominam como "produtos de segunda mão". Contudo, mais de 80% destas mercadorias são "totalmente sem concerto", desta forma, containers inteiros estão repletos de lixo, que são abandonados em céu aberto, formando assim os lixões, deste "produto de segunda mão", grande parte advém da obsolescência planejada.

¹²⁰ MILARÉ, Édis. **Direito do Ambiente**. 10ª Edição São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. p. 82

¹²¹ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução autorizada da Primeira Edição Inglesa. Tradutor: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008. p.45

¹²² BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução autorizada da Primeira Edição Inglesa. Tradutor: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008. p.51

Na cidade de Agbogbloshie, Gana, onde antes corria o rio O'daw, agora é um lixão, conhecido mundialmente como Cemitério de Lixos Eletrônicos¹²³. Os moradores relatam que antes o rio possuía vários meandros e era riquíssimo em peixes. Próximo a suas margens estava localizado uma escola, sendo que, após as aulas, era comum presenciar crianças brincando naquela região, inclusive havia corridas de barcos promovidas pelos pescadores locais.

Assim, Annie Leonard explica que o lixo eletrônico é o descarte mais tóxico, sendo que este lixo, “abrange celulares, computadores, TVs, aparelhos de DVD, brinquedos, eletrodomésticos, controles remotos¹²⁴”. Eles são considerados tóxicos porque dentre os seus componentes há substâncias químicas e metais pesados que são prejudiciais a saúde.

Posteriormente, o local se tornar um depósito de lixo, o rio diminui seu curso, quase deixando de existir. E agora, as únicas crianças presentes são as pertencem às famílias de baixa renda, que vão até ao local com o intuito de procurar metais. Elas colocam fogo nas capas plásticas dos computadores para retirarem os metais que estão no seu interior. Logo após, as crianças mais novas, quebram o que sobrou das peças e procuram metais que passaram despercebidos pelas crianças mais velhas.

O envenenamento das pessoas que trabalham manuseando o lixo eletrônico, devido seus componentes tóxicos, e a exploração do trabalho infantil não serão abordados nesta monografia.

Além disso, o solo é contaminado, uma vez que, na composição dos produtos eletrônicos há metais pesados, como: mercúrio, chumbo, cádmio, arsênico. Na reportagem divulgada pela BCC¹²⁵, foi entrevistado Atiemo Smapson, pesquisador da Comissão de Energia Atômica de Gana. Smapson comandou pesquisas na cidade de Agbogbloshie, na área utilizada para despejo do lixo eletrônico e constatou que a descarte deste lixo polui o solo e a atmosfera. Ainda

¹²³ BBC DO BRASIL. **O país da África que se tornou um 'cemitério de eletrônicos'**. Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160109_lixao_eletronicos_ab>. Último acesso dia 04 de novembro de 2017

¹²⁴ LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**. Tradução de Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 206

¹²⁵ BBC DO BRASIL. **O país da África que se tornou um 'cemitério de eletrônicos'**. Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160109_lixao_eletronicos_ab>. Último acesso dia 04 de novembro de 2017

segundo a reportagem, apenas no ano de 2016, estima-se que, 93 milhões de toneladas de lixo eletrônico seria produzido pelo mundo, sendo que este volume é cada vez maior devido à “obsolescência de produtos de alta tecnologia”.

Juarez de Freitas entende que “o crescimento econômico, sem respeito ao direito fundamental ao ambiente limpo e ecologicamente sadio, provoca danos irreparáveis ou de difícil reparação: é chegada a hora de precificar a inércia¹²⁶”. Ainda segundo o autor, o meio ambiente possui dignidade, e reconhece que as futuras gerações, assim como a atual, possui o direito ao ambiente limpo em todos os aspectos¹²⁷.

Assim, Moacyr Duarte demonstra que:

A percepção da degradação ambiental só é possível com a compreensão de que o planeta terra, que até 150 anos atrás parecia praticamente infinito e inesgotável (...) A atual capacidade de intervenção nos ecossistemas, proporcionada pela tecnologia não tem precedentes na história humana¹²⁸.

Para Duarte¹²⁹, se o ser humano continuar persistindo na conduta de degradação ambiental, inclusive, não se preocupando com a destinação do seu lixo, levará a humanidade a “um colapso sem precedentes”, que iniciará pela miséria e doença atravessará conflitos generalizados e terá como resultado a “escassez extrema de recursos básicos”.

No livro a história das coisas, Annie Leonard¹³⁰ menciona um estudo realizado pela *Electronics Take Back Coalition*, apontando as principais razões para o aumento do lixo, sendo elas: a atualização de celulares, que faz com que o consumidor adquira um novo aparelho, e o antigo vai direto para o lixo; a conversão para a TV digital tornou inúteis milhões de aparelhos perfeitos que não tinham conversor especial, desta forma era mais fácil adquirir um novo aparelho televisor com a qualidade HDTV, estima-se que cada TV descartada contribuiu para o

¹²⁶ FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: Direito ao Futuro**. 1ª Reimpressão. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2011. p. 44

¹²⁷ FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: Direito ao Futuro**. 1ª Reimpressão. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2011. p. 60/61

¹²⁸ DUARTE, Moacyr. **O Problema do risco tecnológico ambiental. Meio ambiente no século XXI. 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Coordenação de André Trigueiro. 4ª edição. 1ª reimpressão – Campinas, SP: Armazém do Ipê p. 245/246

¹²⁹ DUARTE, Moacyr. **O Problema do risco tecnológico ambiental. Meio ambiente no século XXI. 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Coordenação de André Trigueiro. 4ª Edição. 1ª Reimpressão – Campinas, SP: Armazém do Ipê p. 246

¹³⁰ LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**. Tradução de Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 206/207

aumento de dois a quatro quilos de chumbo para os aterros sanitários; atualização de *softwares* torna obsoleto as máquinas antigas, porque a memória ou a velocidade de processamento não são compatíveis, inviabilizando o funcionamento das máquinas antigas; problemas com bateria, é muito complicado acessar os programas de troca de bateria, assim, na maioria das vezes, os consumidores preferem adquirir outro aparelho; e por último, as impressoras descartáveis costumam muito barato, inclusive, algumas vezes menos do que o cartucho de tintas.

Percebe-se que os exemplos citados pela autora, todos são decorrentes da obsolescência, seja de desejabilidade, técnica ou planejada.

O ordenamento jurídico nacional tem a vida humana como “valor supremo”, entretanto, não significa que a vida humana deva se sobrepor as demais formas de vida, mas sim que seja atribuído ao “bicho-homem a enorme responsabilidade que lhe cabe na preservação da Casa Comum que serve de abrigo, lar, a todos os elementos do ambiente natural ou artificial¹³¹”.

Não há qualidade de vida sem que haja qualidade ambiental, desta forma, Milaré esclarece que,

o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado é pressuposto lógico e inafastável da realização do direito à sadia qualidade de vida e, em termos, à própria vida. Por isso, ele pode ser exercido por todos, seja coletivamente (interesse difuso), seja pela pessoa humana individualmente considerada (direito subjetivo personalíssimo)¹³²

5.2 – A INCINERAÇÃO

A degradação ambiental provocada pelo homem vai além dos lixões. A incineração é uma prática muito comum, e muitas das vezes imperceptível aos olhos humanos. Esta prática consiste em queimar o lixo visando com que ele desapareça, contudo não ocorre desta forma, senão vejamos:

O fogo não é um método apropriado de tentar fazer o lixo sumir, sobretudo quando contém celulares, videocassetes, latas de tinta, PVC, baterias (...) incineradores liberam no ar substâncias tóxicas contidas nos produtos, que se infiltram na água de mares e rios, acumulam-se em plantações e pastos

¹³¹ MILARÉ, Édis. **Direito do Ambiente**. 10ª Edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. p. 124

¹³² MILARÉ, Édis. **Direito do Ambiente**. 10ª Edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. p. 124

e chegam até nós pela contaminação de peixes, carnes e laticínios (...) são geradas substâncias químicas que causam câncer, danos a pulmões e olhos e problemas endócrinos, neurológicos, circulatórios e reprodutivos¹³³.

Além da contaminação do ar, os incineradores também produzem cinzas, estima-se que, para cada três toneladas de produtos incinerados, cerca de uma tonelada de cinzas são produzidas e precisam ser enterradas. Cabe ressaltar que as cinzas são mais tóxicas do que o lixo que as originou, pois possui uma alta concentração de metais pesados, sendo que, não existe nenhuma forma conhecida de destruição destes metais¹³⁴.

Além dos problemas ambientais acima expostos, os incineradores também estimulam o desperdício. Para que os incineradores trabalhem da melhor forma possível, é necessário que seu funcionamento seja contínuo, e para que isso ocorra, é indispensável que haja suprimento constante de lixo.

Em alguns casos, as empresas que realizam a incineração pressionam os governos para que sejam barrados os “recicladores informais”, para que possam assegurar que possuam quantidade de coisas suficientes para queimar. Ressalte-se que, os objetos que são incinerados mais facilmente são aqueles que também poderiam ser evitados, ou ainda reaproveitados, como: coisas descartáveis e embalagens de uso único e papel¹³⁵.

Desta forma, os incineradores contribuem para a degradação do meio ambiente em três maneiras: através da poluição do ar, da contaminação do solo onde as cinzas são aterradas, e na contaminação da água. Além disso, corroboram para o desperdício, uma vez que induz ao consumo de coisas que poderiam ser reaproveitadas.

¹³³ LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos.** Tradução de Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 216

¹³⁴ LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos.** Tradução de Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 217

¹³⁵ LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos.** Tradução de Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 220

5.3 – OS ATERROS SANITÁRIOS

Outra possibilidade para o descarte do lixo são os aterros sanitários, que também possuem desvantagens. Annie Leonard os conceitua os aterros sanitários como “um buraco cheio de lixo que fede e expelle líquidos¹³⁶”.

Todos os aterros sanitários vazam, ainda que, sejam projetados para evitarem qualquer tipo de vazamento, isto ocorre principalmente quando a água da chuva se infiltra e mistura com o chorume, que é o líquido que o próprio lixo produz. Esta mistura contendo resíduos de: metais pesados, corantes, pesticidas, entre outros poluentes, ao se infiltrarem no solo, provoca a contaminação da água presente na superfície e também a do subsolo, inclusive os aquíferos. Este tipo de poluição é de mais difícil de percepção, uma vez que é impossível observar a olho nu¹³⁷.

Além do mais, os materiais orgânicos presentes nos aterros sanitários, quando começam a apodrecerem liberam gás metano (CH₄) na atmosfera, sendo este gás, inodoro, incolor e inflamável, e um dos principais causadores do efeito estufa¹³⁸. Annie Leonard aponta um estudo feito nas cidades próximas aos aterros sanitários, demonstrando um aumento de incidência de pessoas com câncer, principalmente, tumor na bexiga e leucemia, dentre outros graves problemas de saúde¹³⁹.

Tudo isto posto, percebemos que as maneiras conhecidas de descarte de lixo não são adequadas, uma vez que, quando o bem de consumo não for mais útil, seja provocado pela obsolescência ou por qualquer motivo, será jogado fora, e se acumulará, seja: nos lixões ou aterros sanitários, ou ainda incinerados.

Este descarte prejudica todo o ecossistema terrestre, não apenas a raça humana. Ao mesmo tempo em que os recursos terrestres estão findando, os que

¹³⁶ LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos.** Tradução de Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 211

¹³⁷ LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos.** Tradução de Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 211

¹³⁸ **Gases do efeito estufa: Dióxido de Carbono (CO₂) e Metano (CH₄).** Disponível em <<http://www.oeco.org.br/dicionario-ambiental/28261-gases-do-efeito-estufa-dioxido-de-carbono-co2-e-metano-ch4/>> Último acesso dia 04 de novembro de 2017

¹³⁹ LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos.** Tradução de Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. p. 212/213

ainda persistem estão sendo poluídos. Podemos citar como exemplo: a escassez de água, o desmatamento, a contaminação do ar e do solo, e conseqüentemente os aquíferos subterrâneos, além das doenças causadas decorrentes do acúmulo, manuseio e decomposição do lixo.

Desta forma comprova-se a vulnerabilidade coletiva, porque o meio ambiente ecologicamente equilibrado para a sadia qualidade de vida, inclusive das futuras gerações é reconhecido no artigo 225 da Constituição da República Federativa do Brasil.

5.4 - MANEIRAS PARA UM CONSUMO CONSCIENTE, TANTO DO PONTO DE VISTA DO FORNECEDOR QUANTO DO CONSUMIDOR

Marcelo Gomes Sodré aponta que as agressões ao meio ambiente ocorrem porque os consumidores percebem a natureza como “uma série de objetos a serem consumidos, ou seja, destruídos, não relacionando seu ato de consumir com as conseqüências que o mesmo causa ao meio ambiente¹⁴⁰”. Isto ocorre, porque é imperceptível para o consumidor que a natureza é finita, o importante é que aconteça o consumo, não levando em consideração os “processos extrativos e produtivos”.

Sodré observou que na teoria o consumo é oposto ao ideal de preservação, e ao mesmo tempo, a “ideia ingênua de preservar corre o risco de esquecer a necessidade biológica do homem de consumir¹⁴¹”. Por isso, surge a necessidade de haver uma saída para equilibrar o consumo com a preservação ambiental. Desta forma, o autor estabeleceu nove propostas visando estabelecer o consumo sustentável.

A primeira das propostas é identificar o perfil de consumo da sociedade, analisando os principais fatores que causam o consumo desenfreado, seja de produtos ou ainda de serviços, analisando também a publicidade, pois, apenas assim, será possível desenvolver fórmulas para mudar o quadro atual, e possibilitará

¹⁴⁰ SODRÉ, Marcelo Gomes. **Padrões de Consumo e Meio Ambiente**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume II. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 969

¹⁴¹ SODRÉ, Marcelo Gomes. **Padrões de Consumo e Meio Ambiente**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume II. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 969

o feitiço de um banco de dados tanto para a produção, quanto para o consumo sustentável.

A segunda proposta é uma análise sobre o ciclo de vida útil dos produtos, visando uma acomodação de seu uso juntamente ao meio ambiente, bem como uma forma de prevenção e redução de resíduos. Isto aconteceria reduzindo os componentes tóxicos dos bens de consumo e incentivando a reciclagem e sua reutilização.

A terceira é a utilização de um “Selo Verde”, no qual, seria um canal de informações de como o produto foi fabricado, ressaltando o processo e os impactos ambientais positivos e negativos, sendo assim, a certificação ambiental seria uma ferramenta de informação para os consumidores, fazendo com que, eles tenham a possibilidade de comprar aqueles produtos que não agrediram o meio ambiente durante sua fabricação.

A quarta maneira é viabilizar a reciclagem e a reutilização, desta maneira, a produção de resíduos sólidos domésticos seriam reduzidos. Porque, de uma forma os produtos não seriam jogados fora com tanta frequência, e de outro modo, evitaria a compra de novos produtos.

A quinta possibilidade seria a conscientização, tanto dos consumidores, quanto dos produtores, acerca da produção de energia e da possibilidade da natureza de absolver os impactos ambientais, uma vez que, seus recursos são finitos. No tocante aos consumidores, orientá-los para que realizem suas compras de maneira responsável, sendo que antes de consumir, analisar o ciclo de vida dos produtos, de que maneira o bem de consumo foi produzido, os impactos que provocaram no meio ambiente e no ser humano.

O sexto ideal é a redução dos efeitos da publicidade nos hábitos de consumo, uma vez que ela atua diretamente no consumo desenfreado e nas alternativas de compra que os consumidores possuem. Assim, a publicidade deixaria de ser um aliado dos fornecedores que querem aumentar seus lucros a todo o custo. A publicidade está diretamente ligada à vulnerabilidade biológica, demonstrada por Paulo Valério Dal Pai Moraes.

A sétima proposta coloca que, o Poder Público como “formalizador de políticas públicas” tem o dever de implantar ações efetivas e ideais de consumo sustentável. Esta abordagem deve ser feita em pelo menos quatro esferas: promovendo a educação sustentável, com o produtor, com o consumidor, e após, na fiscalização.

A oitava proposta visa à implantação de leis punitivas, ou de benefícios ou incentivos para quem aderir aos “produtos verdes”, que são aqueles fabricados conforme adequação ao uso e ao ambiente, adotando o “Sistema de Gestão Ambiental”.

A Organização Internacional para Padronização (ISO) ao estabelecer a ISO 14.000 trouxe o “Sistema de Gestão Ambiental”. “A família de normas ISO 14000 trata de gerenciamento ambiental, indicando às empresas o que devem fazer para minimizar os impactos ambientais de suas atividades e melhorar continuamente seu desempenho ambiental¹⁴²”. Desta forma:

A ABNT NBR ISO 14000 especifica os requisitos de um Sistema de Gestão Ambiental e permite a uma organização desenvolver uma estrutura para a proteção do meio ambiente e rápida resposta às mudanças das condições ambientais. A norma leva em conta aspectos ambientais influenciados pela organização e outros passíveis de serem controlados por ela¹⁴³.

Dentre os temas abordados pela ISO 14.000 podemos citar: a análise do ciclo de vida e a rotulagem ambiental¹⁴⁴. A ISO 14.001 trouxe algumas inovações, como exemplo o desenvolvimento sustentável da empresa, porque, ter apenas uma atuação ecológica correta e não atuar na gestão ambiental de forma estratégica não faz nenhum sentido se for analisado pela “ótica da sustentabilidade¹⁴⁵”. Ao longo dos anos, a família de normas ISO 14000 vem se atualizando, visando à adequação aos novos desafios que vem surgindo, tendo como fundamento a defesa do meio ambiente.

¹⁴² RIEKSTI, Ana Carolina. **Certificação e sustentabilidade: Uma análise Crítica. ISO14001 e a sustentabilidade. A eficácia do instrumento no alcance do desenvolvimento sustentável.** Disponível em: < <https://www.usp.br/mudarfuturo/cms/?p=212>> Último acesso dia 05 de novembro de 2017

¹⁴³ **ISO 14001 Sistema de Gestão Ambiental.** Disponível em: <<http://certificacaoiso.com.br/iso-14001/>> Último acesso dia 05 de novembro de 2017

¹⁴⁴ SODRÉ, Marcelo Gomes. **Padrões de Consumo e Meio Ambiente.** Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume II. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. p. 975

¹⁴⁵ **ISO 14001 Sistema de Gestão Ambiental.** Disponível em: <<http://certificacaoiso.com.br/iso-14001/>> Último acesso dia 05 de novembro de 2017

Por fim, o novo objetivo busca estimular os “agentes do comércio”, visando transformá-los em “parceiros solidários na comercialização” dos “produtos verdes”, e também na fiscalização. Ao mesmo tempo visando bloquear o comércio de produtos que possuem processo de extração irregular, ou aqueles que causam danos à saúde dos consumidores, também busca soluções para o “manejo sustentável” das extrações e sua legalização quando for possível.

Com tudo isto posto, percebemos que é possível que o ser humano cumpra com necessidade biológica de consumir respeitando o ecossistema do planeta terra. Ao mesmo tempo em que os fornecedores também realizem uma mudança de hábitos, uma vez que o planeta terra é a casa comum que deverá ser preservada para as futuras gerações, assim, não pode ser considerada apenas uma fonte de lucro incessante.

6- CONSIDERAÇÕES CONCLUSIVAS

É assombroso pensar que os fornecedores começaram a utilizar a obsolescência programada com mais afinco na década de 50 do século passado, como demonstrou Vance Packard em seu livro a Estratégia do Desperdício, e que após quase setenta anos elas ainda são utilizadas, sem que haja expressamente qualquer tipo de proibição no ordenamento jurídico brasileiro.

Desta forma, o Código de Defesa do Consumidor como lei principiológica, tem o condão de coibir a obsolescência programada, uma vez que, está prática, além de ferir muitos dos princípios inerentes a Lei Consumerista, também descumpre o caput do artigo 39º, uma vez que o rol de práticas abusivas é *numerus apertus*, ou seja, é meramente exemplificativo.

No tocante aos princípios, como se é sabido, eles são diretrizes básicas de todo e qualquer ordenamento jurídico, no qual, quando surgir alguma dúvida sobre interpretação de uma norma, os princípios serão utilizados para fornecerem a direção.

Assim, se comprovada através dos princípios que os fornecedores estão utilizando alguma prática é abusiva, está prática será abarcada pela Lei Consumerista, que realizará a tutela em favor do consumidor. Essa tutela só ocorre para equilibrar a relação de consumo, fazendo com que o consumidor possa se igualar aos fornecedores, pois, apenas desta forma, os consumidores poderão se desvencilhar das imposições arbitrárias dos fornecedores. As práticas abusivas ferem entre outros, o principio da vulnerabilidade.

A Obsolescência Programada é uma prática abusiva, que traz consequência tanto para o âmbito individual, como no coletivo. Do ponto de vista individual, e conseqüentemente econômico, faz com que, os consumidores tenham que comprar um novo produto quando o seu bem de consumo estraga. Quando isto ocorre porque o bem de consumo foi fabricado justamente com este intuito, surge a necessidade de proteção da Lei Consumerista.

Por um lado, os fornecedores aproveitam a vulnerabilidade dos consumidores para embutirem no mercado produtos com data de validade

determinada. Por outro, os consumidores desconhecem esta prática, sendo assim, não vão em busca de seus direitos, por acreditarem que não o possuem, ferindo assim, a vulnerabilidade jurídica, e também o princípio da informação.

A utilização da obsolescência programada não fere apenas a vulnerabilidade jurídica, mas também outras ramificações do Princípio da Vulnerabilidade. Vejamos a vulnerabilidade fática, os fornecedores utilizam de sua soberania econômica, ou ainda de seu serviço ser essencial para impor aos consumidores suas metas de lucro, por exemplo, na sociedade atual, é muito complicado para a vida pessoal, e profissional ficar sem aparelhos celulares. Assim, se o aparelho celular de um empresário deixar de funcionar, ele precisará de outro para continuar gerindo sua empresa.

A vulnerabilidade técnica está ligada a falta de informação, ou ainda, informação em excesso. De um lado os fornecedores conhecem todo o funcionamento do produto que colocam à venda no mercado, em contrapartida, os consumidores sabem apenas as informações disponibilizadas pelos fornecedores. Assim, no exemplo das impressoras a jato de tinta, é evidente que os fornecedores manipulam o número máximo de impressão através de um chip contador. Assim, quando a impressora para de funcionar, os consumidores têm que adquirirem uma nova.

A vulnerabilidade biológica está diretamente ligada à obsolescência de desejabilidade, sendo que, esta vulnerabilidade está associada a estímulos visuais, auditivos, que visa aumentar as necessidades, tendo como o objetivo final o maior consumo, e conseqüentemente maior lucro para os fornecedores.

Por fim, a junção da obsolescência programada com a obsolescência da desejabilidade embutida através da “filosofia consumista”, pelo capitalismo desenfreado gera o acúmulo de lixo, ferindo a coletividade, e, por conseguinte, a vulnerabilidade ambiental, ou seja, a esfera coletiva.

O acúmulo e o descarte excessivo de lixo fazem com que todo o planeta terra fique prejudicado, e em decorrência, todos os habitantes dele. Ainda mais que, o lixo gerado por produtos elétrico/eletrônicos possuem resíduos tóxicos. Desta

forma, contamina tudo o que entra em contato com ele, seja a água ou solo, ou ainda o ar se o descarte for feito através da incineração.

Ocorre que, esta contaminação vai se espalhando e atingindo todo o ecossistema que está em sua volta. Assim, a contaminação das águas atinge todos os seres vivos que ali habitam, como os peixes por exemplo. A contaminação do solo atinge tudo o que nele está plantado, conseqüentemente, atingindo os animais que se alimentam desta plantação.

Se continuar desta maneira, chegará um momento que todos os alimentos existentes no estarão contaminados, além disso, não restará nenhuma água apta para o consumo. Desta forma, os seres vivos do planeta ficarão sem alimentação, e sem água potável, provocando assim, uma extinção em massa.

Por haver uma inércia no legislativo, devido à vulnerabilidade política, ainda não há nenhuma legislação que disponha acerca da obsolescência programada. Por isso, cabe ao intérprete do direito analisar os princípios da Lei Consumerista e perceber quando uma prática empregada pelo fornecedor é abusiva.

Como demonstrado durante toda a monografia é notório que a obsolescência programada é uma prática abusiva e deve ser coibida pela Lei Consumerista.

Por fim, cabe citar Gandhi “O mundo é suficientemente grande para satisfazer a necessidade de todos, mas é demasiadamente pequeno para a ganância de alguns”.

7- REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de Direito do Consumidor**. 2ª Edição. São Paulo: Saraiva. 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução autorizada da Primeira Edição Inglesa. Tradutor: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008.

BBC DO BRASIL. **O país da África que se tornou um 'cemitério de eletrônicos'**. Disponível em http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160109_lixao_eletronicos_ab. Último acesso dia 04 de novembro de 2017.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 9ª Edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. **O Código brasileiro de Proteção do Consumidor**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Manual de Direito do Consumidor**. 7ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

BRASIL. 5 de outubro de 1988, **Constituição Da República Federativa do Brasil**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm Último acesso em 02 de novembro de 2017.

BRASIL. **Ato Das Disposições Constitucionais Transitórias**. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/conadc/1988/constituicao.adct-1988-5-outubro-1988-322234-publicacaooriginal-1-pl.html> Último acesso em 04 de novembro de 2017.

BRASIL. **Lei n º: 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm> Último acesso em 04 de novembro de 2017.

BRRASIL. **Lei nº: 12.529, de 30 De Novembro De 2011.** Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm> . Último acesso dia 20 de outubro de 2017.

CAVALIEI FILHO, Sérgio. **O Direito do Consumidor no Limiar do Século XXI.** Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor.** 1ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada. Direção e Produção: Cosima Dannoritzer. Espanha: Arte. France, 2010 (52min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=H7EUyuNNaCU&t=288s>> Último acesso dia 22 de novembro de 2017.

Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/rio92.pdf>>. Último acesso dia 20 de outubro de 2017.

DUARTE, Moacyr. **O Problema do risco tecnológico ambiental. Meio ambiente no século XXI. 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento.** Coordenação de André Trigueiro. 4º edição. 1ª reimpressão – Campinas, SP : Armazém do Ipê.

FELDMANN, Fábio. **A parte que nos cabe: Consumo Sustentável? Meio ambiente no século XXI. 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento.** Coordenação de André Trigueiro. 4º Edição. 1ª Reimpressão – Campinas, SP : Armazém do Ipê.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: Direito ao Futuro.** 1ª Reimpressão. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2011.

Gases do efeito estufa: Dióxido de Carbono (CO₂) e Metano (CH₄). Disponível em <http://www.oeco.org.br/dicionario-ambiental/28261-gases-do-efeito-estufa-dioxido-de-carbono-co2-e-metano-ch4/> Último acesso dia 04 de novembro de 2017.

ISO 14001 Sistema de Gestão Ambiental. Disponível em: <http://certificacaoiso.com.br/iso-14001/> > Último acesso dia 05 de novembro de 2017.

LATOUCHE, Serge. **Farewell to Growth.** Tranlated by David Macey. Malden. Polity Press. 2009.

Lebow, Victor. **'Price Competition in 1955'**, Journal of Retailing XXI(S), Spring. Disponível em <http://www.gcafh.org/edlab/Lebow.pdf>. Último acessado dia 23 de Setembro de 2017.

LEONARD, Annie. **A história das Coisas. Da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos.** Tradução de Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LONDON, Bernard. **Ending the Depression Through Planned Obsolescence.** 1932. Disponível em https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/27/London_%281932%29_Ending_the_depression_through_planned_obsolescence.pdf > Último acesso dia 13 de setembro de 2017.

MARINONI, Luiz Guilherme. **Técnica processual e tutela dos direitos.** 1ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MARQUES, Cláudia Lima. **A Proteção do consumidor em um mundo globalizado: studium generale sobre o consumidor como homo novis.** Revista de Direito do Consumidor. vol. 85. Ano 22. P. 25-62. São Paulo. Editora RT, jan-fev.2013.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais.** 6ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo**, 12ª Edição. São Paulo: Malheiros, 2000.

MILARÉ, Édís. **Direito do Ambiente**. 10ª Edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. Revista dos Tribunais. São Paulo. 2014.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. 1ª Edição. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999.

NERY JÚNIOR, Nelson et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 10. Edição. Rio de Janeiro: Forense, 2011. V.1.

NERY JÚNIOR, Nelson. **Os Princípios Gerais do CDC**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

NEVES, Tancredo de Almeida. **Defesa do Consumidor**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 3ª Edição. São Paulo: Saraiva 2008.

PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. 1ª Edição. São Paulo: IBRASA, 1965. p. 64.

PASQUALOTTO, Adalberto. **Conceitos Fundamentais do Código de Defesa do Consumidor**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

RIEKSTI, Ana Carolina. **Certificação e sustentabilidade: Uma análise Crítica. ISO14001 e a sustentabilidade. A eficácia do instrumento no alcance do desenvolvimento sustentável**. Disponível em: <
<https://www.usp.br/mudarfuturo/cms/?p=212>> Último acesso dia 05 de novembro de 2017.

SILVA, Agathe E. Schmidt. **Cláusula Geral de Boa-fé nos Contratos de Consumo**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume I. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

SLADE, Giles. **Planned Obsolescence: Made to Break: Technology and Obsolescence in America**. Published April 15th 2006 by Harvard University Press (first published April 5th 2006).

SODRÉ, Marcelo Gomes. **Padrões de Consumo e Meio Ambiente**. Doutrinas essenciais do Direito do Consumidor. Volume II. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

Stevens, Brooks. 1960. **Planned Obsolescence**. The Rotarian (February), 12. Disponível em :
<https://books.google.com.br/books?id=ZzcEAAAAMBAJ&pg=PA12&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false> Último acesso dia 22 de novembro de 2017.

STJ. **REsp 984.106/SC**, j. **04.10.2012**, rel. **Min. Luis Felipe Salomão**, DJe 20.11.2012.