



Centro Universitário de Brasília — UniCEUB
Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais — FAJS
Curso de Bacharelado em Direito

JOÃO VÍCTOR BORGES SILVA

**A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA ABUSIVA NAS RELAÇÕES
DE CONSUMO.**

**BRASÍLIA
2018**

JOÃO VÍCTOR BORGES SILVA

**A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA ABUSIVA NAS RELAÇÕES
DE CONSUMO.**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientador: Prof. Daniel Silva Boson.

**BRASÍLIA
2018**

JOÃO VÍCTOR BORGES SILVA

**A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA ABUSIVA NAS RELAÇÕES
DE CONSUMO.**

Monografia apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de bacharel em Direito
pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais –
FAJS do Centro Universitário de Brasília
(UniCEUB).

Orientador: Prof. Daniel Silva Boson.

BRASÍLIA, DE DE 2018.

BANCA AVALIADORA

Professor Orientador
Daniel Silva Boson

Professor Examinador

À minha família, em especial aos meus pais e irmã, pelo constante apoio e inúmeros esforços despendidos para que eu pudesse chegar até aqui.

Aos meus amigos Déborah Martins, Gabriela Michetti, Pedro Henrique Lopes e Tiago Schmidt, que percorreram comigo toda a jornada da graduação, compartilhando aprendizados e enfrentando desafios.

RESUMO

O presente trabalho visa conceituar a prática da obsolescência programada, abordando sua origem histórica, e evolução de sua aplicação ao longo do tempo. Busca-se explorar sua tipologia, demonstrando suas diferentes formas de manifestação, quais sejam: a obsolescência de função, obsolescência psicológica e obsolescência de qualidade. Serão apontadas as implicações danosas causados pela referida prática, dentre os quais destacam-se os prejuízos ambientais gerados e a lesão a direitos básicos do consumidor. Seguidamente, irá debruçar-se sobre a configuração da relação jurídica de consumo, analisando cada um de seus elementos formadores. Serão retratados os institutos protetivos dos direitos do consumidor, presentes no ordenamento jurídico brasileiro, aptos a protegê-lo da abusividade da prática estudada, salientando princípios constitucionais e consumeristas, além de regras presentes no Código de Defesa do Consumidor. Em seguida, tratar-se-á do conceito e da forma de tratamento dada pelo ordenamento às práticas abusivas nas relações de consumo, analisando, posteriormente, a forma como os dispositivos anteriormente apresentados, são violados pela aplicação do artifício mercadológico objeto deste estudo, explicitando a abusividade contida em cada uma de suas modalidades.

Palavras-chave: Obsolescência Programada. Relações de Consumo. Práticas Abusivas. Abusividade. Direito do Consumidor.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA, HISTÓRICO E CONCEITUAÇÃO	10
1.1 TIPOLOGIA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA	14
1.1.1 OBSOLESCÊNCIA DE FUNÇÃO	16
1.1.2 OBSOLESCÊNCIA PSICOLÓGICA	20
1.1.3 OBSOLESCÊNCIA DE QUALIDADE	23
1.2 EFEITOS DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA	28
2 OS PRINCÍPIOS E REGRAS PROTETIVAS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO. 35	
2.1 A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO	36
2.2 PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS APLICÁVEIS	38
2.2.1 PRINCÍPIO DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA	39
2.2.2 PRINCÍPIO DA SUSTENTABILIDADE	40
2.3 PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR	42
2.3.1 PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE	43
2.3.2 PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA	45
2.3.3 O PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO	46
2.4 OS DISPOSITIVOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	48
2.4.1 A OBRIGATORIEDADE DO FORNECIMENTO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO	48
2.4.2 A PUBLICIDADE ABUSIVA E ENGANOSA	50
3 A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA ABUSIVA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO	53
3.1 PRÁTICAS ABUSIVAS NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	53
3.2 A VIOLAÇÃO AOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS	55
3.3 A VIOLAÇÃO AOS PRINCÍPIOS CONSUMERISTAS	57
3.4 A VIOLAÇÃO AOS DISPOSITIVOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	62

CONCLUSÃO.....	67
BIBLIOGRAFIA	71

INTRODUÇÃO

A sociedade de consumo passou por inúmeras transformações ao longo do tempo, consolidando o consumismo que presenciamos atualmente. Dentre os inúmeros fatores que contribuíram para a consolidação desse modelo de consumo, a indústria, que antes era voltada ao atendimento de necessidades básicas e primárias da sociedade, passou a centrar-se na produção de bens em larga escala, multiplicando as necessidades de forma artificial, instigando no consumidor um sentimento permanente de insaciabilidade e uma suposta necessidade de consumir. A manutenção dessa sociedade de consumo depende diretamente da utilização de artifícios como a obsolescência programada, que incita o consumidor a realizar compras repetitivas de produtos.

A obsolescência programada consiste na redução artificial da durabilidade de um produto, produzindo-o de modo que venha a falhar ou perder sua utilidade num curto lapso temporal, muito antes do que razoavelmente se espera. Tal estratégia mercadológica se manifesta de diferentes maneiras nas relações de consumo, como forma de estimular o descarte e consumo repetitivo. Diante disso, faz-se necessário atentar para os efeitos nocivos causados por tal prática, que afetam o consumidor, violando alguns de seus direitos básicos.

Nesse sentido, partir-se-á da hipótese de que a obsolescência programada revela-se como prática abusiva frente ao ordenamento jurídico brasileiro, tendo em vista a violação a diversos institutos previstos na legislação destinados a proteção do consumidor e regulação das relações de consumo.

Com o objetivo de analisar a obsolescência programada em seus diferentes tipos, bem como as ferramentas de que dispõe o ordenamento jurídico para seu enfrentamento, o presente trabalho foi estruturado em três capítulos.

No primeiro capítulo, primeiramente, busca-se conceituar a referida prática, delineando seus aspectos históricos, características e formas de aplicação. Dessa forma, buscar-se-á entender o surgimento da mencionada prática e sua gradativa implantação, passando por modificações ao longo do tempo. Para isso, serão abordadas diferentes tipologias, utilizadas para melhor explicar a prática em suas nuances, adotando uma delas no decorrer no trabalho para facilitar a compreensão acerca do tema. Num segundo momento, tratar-se-á dos efeitos causados pela prática da obsolescência programada, envolvendo as esferas econômica, social e ambiental.

Em seguida, no segundo capítulo, serão retratados os institutos presentes no ordenamento jurídico capazes de, oportunamente, afirmarem a abusividade da prática da obsolescência programada. Inicialmente, será demonstrada a formação da relação de consumo, discorrendo sobre o papel de cada um dos elementos que a compõe. Posteriormente, tratar-se-á dos princípios constitucionais pertinentes ao tema, incidentes sobre as relações de consumo, e, portanto, aptos a incidir sobre a prática supramencionada. Além disso, serão expostos princípios consumeristas que permeiam as relações de consumo, guardam relação com o tema central e são afetados pela prática da obsolescência programada. Finalmente, serão apontados e analisados dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, que, por serem descumpridos, constata a abusividade da referida prática.

Por fim, no terceiro capítulo, primeiramente apresentar-se-á como são definidas as práticas abusivas e como estas são disciplinadas pelo ordenamento jurídico brasileiro, em especial pelo Código de Defesa do Consumidor. Logo depois, através da conceituação e contextualização feita no primeiro capítulo e da apresentação dos dispositivos relacionados ao tema realizada no segundo capítulo, far-se-á uma análise da violação de tais dispositivos, explicitando como a prática da obsolescência programada, em seus diferentes tipos, ao ser utilizada, atenta contra os princípios constitucionais e consumeristas, além de descumprir regras de amparo ao consumidor, lesando direitos básicos deste, o que evidencia seu caráter abusivo.

Para a realização desta análise, serão expostos entendimentos das Cortes nacionais em casos concretos, submetidos ao judiciário, os quais serão usados para demonstrar a abusividade da obsolescência programada, apesar de não estar expressamente prevista na legislação pátria, conforme vem entendendo os órgãos julgadores.

Na realização do presente trabalho, será empregada a pesquisa bibliográfica, recorrendo a autores de renome e relevo, que se manifestaram a respeito do tema. Ademais, o presente estudo será feito a partir da análise conjunta de legislação e jurisprudência, utilizando os entendimentos dominantes acerca do tema.

1 OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA, HISTÓRICO E CONCEITUAÇÃO

A vida útil dos produtos é determinada por três fatores principais, quais sejam: sua composição física (a qualidade dos materiais empregados em sua fabricação); propósito funcional (a durabilidade da necessidade que visa atender), os cuidados em seu uso (o uso com vistas à conservação); e ainda a percepção comparativa de utilidade (capacidade do produto de atender às necessidades do usuário).¹

É certo que todo e qualquer produto vai se tornar obsoleto em dado momento, porém, nem sempre isso ocorrerá de forma natural, uma vez que, se assim fosse, fornecedores teriam que esperar por longos períodos entre uma venda e outra para obterem novos lucros. Sob essa justificativa, práticas como a obsolescência programada são adotadas.²

Segundo o Comitê Econômico e Social Europeu (CESE), sobre o ciclo de vida dos produtos e informação do consumidor, a obsolescência é definida como:

[...]a degradação de um material ou de um equipamento antes da sua deterioração material pelo uso (Dicionário: Le Petit Larousse) a ponto de perder valor e utilidade por razões independentes do seu uso físico, mas ligadas ao progresso técnico, à evolução dos comportamentos, à moda, etc.³

Quando ocorre a redução deliberada da vida útil de um produto, seja em seu processo de produção ou no período pós-venda, objetivando provocar o seu descarte antecipado, induzindo o consumidor a realizar uma nova compra, se está diante de um caso em que a obsolescência programada foi posta em prática.

Nesse sentido, Hideliza Cabral e Maria Madalena Rodrigues trazem o entendimento de que:

¹ NEVES, Julio Gonzaga Andrade. *A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor*. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.revistadostribunais.com.br>>. Acesso em: 06 abr. 2018.

² VIO, Daniel de Ávila. *O Poder Econômico e a Obsolescência Programada de Produtos*. Revista de Direito Mercantil, São Paulo, Ano XLIII, n.133, janeiro-março de 2004, p. 193-194.

³ COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU. Parecer. “*Por um consumo mais sustentável: O ciclo de vida dos produtos industriais e informação do consumidor a bem de uma confiança restabelecida*”. CMMI/12. Ciclo de vida dos produtos e informação ao consumidor. Relator Thierry Libaert e Correlator Jean Pierre Haber. Bruxelas, 17 de outubro de 2013, p. 2. Disponível em: <https://dm.eesc.europa.eu/eesc/2013/_layouts/WordViewer.aspx?id=/eesc/2013/10001999/1904/ces1904-2013_00_00_tra_ac/ces1904-2013_00_00_tra_ac_pt.doc&DefaultItemOpen=1&Source=http%3A%2F%2Fdm%2Eeesc%2Eeuropa%2Eeu%2Feescdocumentsearch%2FPages%2Fopinionsresults%2Easpx%3Fk%3Dciclo%2520de%2520vida>. Acesso em: 27 abr. 2018.

A obsolescência programada consiste na ‘redução artificial da durabilidade de um bem de consumo, de modo a induzir os consumidores a adquirirem produtos substitutos dentro de um prazo menor e, conseqüentemente, com uma maior frequência, do que usualmente fariam’. Tal redução da durabilidade não se resume apenas a uma menor duração de um produto, mas também a perda ou redução de sua utilidade depois de determinado período de tempo.⁴

É importante diferenciar a simples obsolescência da obsolescência programada. A primeira, se trata da diminuição da vida útil de um produto por fatores naturais, o que é inevitável, enquanto a segunda, consiste na redução proposital da vida útil de um produto, causada por fatores externos, onde há ingerência do fornecedor, com o intuito de forçar a sua substituição.

Para Vance Packard, a obsolescência programada como estratégia mercadológica se popularizou e foi abertamente difundida no período pós-guerra, sendo enaltecida publicamente por grandes fornecedores e agentes governamentais da época. Para o autor o uso de tal estratégia como diretriz para a fabricação de produtos e principal influência nos hábitos do consumidor representava a verdadeira quintessência do espírito descartável.⁵

Packard, em sua obra intitulada “*The Waste Makers*”, de 1961, destaca seis estratégias utilizadas nos Estados Unidos para a expansão do consumo desenfreado, quais sejam: a) induzir a compra de mais de uma unidade do mesmo produto, produzindo novas categorias deste, para estimular aqueles que já o possuem a adquirirem outros, como é o caso dos produtos diferentes para homens e mulheres que realizam as mesmas funções; b) promover o descarte de produtos para que novos sejam adquiridos; c) facilitar o acesso ao crédito com vistas à fomentar o consumo; d) ofuscar o valor real dos produtos, omitindo do consumidor informações determinantes para suas decisões de consumo; e) estimular o amor pela posse de bens materiais como forma de obter prazer momentâneo, contribuindo para uma sociedade hedonista; f) influir no crescimento populacional, que tem por consequência o aumento no número de consumidores.⁶

Segundo Paul M. Mazur, a obsolescência programada surgiu como um novo “Deus” do consumo para a indústria norte-americana, uma vez que o simples desgaste natural dos produtos

⁴ CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. *A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e da tutela do consumidor*. Disponível em: <http://www.editoramagister.com/doutrina_22860424_A_OBSOLENCIA_PROGRAMADA_NA_PERSPECTIVA_DA_PRATICA_ABUSIVA_E_A_TUTELA_DO_CONSUMIDOR.aspx>. Acesso em: 26 abr. 2018.

⁵ PACKARD, Vance. *The waste makers*, 1961, p. 37.

⁶ PACKARD, Vance. *The waste makers*, 1961, p. 30-105.

era muito lento para movimentar sua crescente economia, fazendo-se necessário o novo “Deus”, capaz de acelerar a busca por novos bens.⁷

A análise da origem e conceito da obsolescência programada remete justamente aos Estados Unidos, grande responsável pela criação e desenvolvimento desta prática, à qual deve grande parte de seu sucesso econômico.

O primeiro documento que tratou abertamente sobre o tema foi o texto intitulado de “*Ending the depression through planned obsolescence*” escrito por Bernard London em 1932. O texto propunha soluções à crise de 1929, que assolava os Estados Unidos. Com a depressão, a sociedade de consumo se estagnou e o desemprego alcançou níveis alarmantes, fazendo com que as pessoas deixassem de consumir para procurarem emprego. London então percebeu que a única saída para a crise seria o aumento da produção, eliminando o desemprego, gerando renda e renovando a economia.⁸

Para London, em períodos de crises econômicas, as pessoas desobedecem a lei da obsolescência programada, usando produtos como roupas, carros e eletrodomésticos por longos períodos, acima do que normalmente usariam em tempos de estabilidade econômica. Isso faz com que a economia sofra impactos negativos, pois apesar de dispor de mão de obra e matéria prima, não há demanda para a venda de novos produtos, já que as pessoas evitam o consumo.⁹

London propôs então que a obsolescência programada se tornasse compulsória, por meio de lei, determinando uma data de validade para todos os tipos de produtos, que após essa data deveriam ser considerados legalmente mortos e destruídos por alguma agência governamental, mesmo que ainda estivessem em pleno funcionamento. Dessa forma, London acreditava que seria possível reaquecer a economia, criando mercado para novos produtos, demanda para novos empregos e consequentemente gerando lucros. Foi a primeira vez que o termo “obsolescência

⁷ MAZUR, Paul M. *American prosperity: its causes and consequences*. London: Jonathan Cape. 1928, p. 28.

⁸ DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada*. Documentário. Espanha: Arte France – Televisión Española, Televisión de Catalunya em coproducción com Article Z media 3.14, 2010. Duração: 52 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAo>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

⁹ DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada*. Documentário. Espanha: Arte France – Televisión Española, Televisión de Catalunya em coproducción com Article Z media 3.14, 2010. Duração: 52 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAo>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

programada” veio a público por escrito, mas a ideia de London não seguiu adiante e a obsolescência compulsória não vigorou.¹⁰

Brook Stevens, renomado designer e industrial americano, é tido como um dos precursores da obsolescência programada como é vista atualmente. Segundo Steven, a obsolescência programada consiste em “instigar no comprador o desejo de possuir algo um pouco mais novo, um pouco melhor e um pouco mais rápido que o necessário” dessa forma, o foco estaria em criar produtos “programados para o lixo”, a fim de aumentar a demanda, resultando em lucro para seus clientes, os fabricantes.¹¹

Há ainda produtos cuja obsolescência é programada para ocorrer quase que instantaneamente, como é o caso dos produtos descartáveis. Produtos como fraldas descartáveis, absorventes e até utensílios de cozinha descartáveis atraem o consumidor por sua praticidade, pois podem ser usados uma única vez e depois descartados, sem gerar maiores preocupações com limpeza ou manutenção. No entanto, os danos causados ao meio ambiente com a quantidade de produtos descartáveis que é descartada de forma indevida trazem preocupações quanto ao uso destes, que tende a crescer, uma vez que, atualmente as pessoas têm cada vez menos tempo para dedicarem à manutenção de produtos duráveis, dando preferência geralmente à utilização de descartáveis.¹²

A durabilidade de um produto não deve ser pensada apenas em seu aspecto material, do desgaste ou quebra, mas também nos aspectos: funcional e psicológico. Um bem desatualizado em relação aos lançamentos no mercado perde utilidade ou deixa de ser atrativo ao consumidor. Por isso, pode se dizer que a obsolescência programada se manifesta de diferentes formas e estas serão melhor tratadas a seguir.

Percebe-se então que a obsolescência programada foi pensada inicialmente como uma prática benéfica à sociedade, isto é, como uma saída para a crise econômica que atingiu os Estados Unidos em 1929. Porém, com o passar dos anos, foi sendo aperfeiçoada até se tornar um artifício mercadológico, utilizado por grandes fornecedores de produtos com vistas a maximizar

¹⁰ DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada*. Documentário. Espanha: Arte France – Televisión Española, Televisión de Catalunya em coproducción com Article Z media 3.14, 2010. Duração: 52 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAo>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

¹¹ SLADE, Giles. *Made to Break – Technology and Obsolescence in America*. First Harvard University Press Paperback edition, 2006, p. 151-153.

¹² LEONARD, Annie. *A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos*. Tradução de Heloísa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011, p. 142.

seus ganhos por meio da produção e escoamento constante de produtos. Nesse contexto, à de se notar as consequências trazidas pela adoção de tal estratégia, sendo algumas destas nocivas no âmbito social, cultural e ambiental da sociedade de consumo.

1.1 TIPOLOGIA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

A obsolescência programada passou por transformações e vem sendo utilizada de diferentes formas até os dias atuais. Diferentes autores ao longo da história buscaram conceituar e classificar a obsolescência, conforme é aplicada nos inúmeros produtos existentes no mercado e nas diferentes relações de consumo contemporâneas.

O CESE sobre o ciclo de vida dos produtos e informação do consumidor traz importante classificação distinguindo as formas que a obsolescência programada assume, sendo elas: a obsolescência programada em sentido estrito, que consiste em projetar um produto com vida útil reduzida, introduzindo nele, se necessário, dispositivo interno que atenda a este fim, causando pane após determinado tempo de uso; a obsolescência indireta, entendida como a impossibilidade de reparação de um produto, que é projetado de forma a impedir a sua reparação, ou pelo alto custo do serviço ou componentes necessários à esta; a obsolescência por incompatibilidade que está ligada aos programas informáticos, que tendem à deixar de funcionar após alguma atualização do sistema; e por fim, a obsolescência psicológica, diretamente ligada à publicidade e ao marketing, que visam tornar os produtos ultrapassados na mente do consumidor, induzindo-o a obter o modelo mais recente.¹³

Vance Packard expõe e critica as técnicas utilizadas pela indústria americana para estimular o consumo em massa. Em relação ao tema, Packard também desenvolve sua tipologia, descrevendo três maneiras diferentes pelas quais os produtos podem se tornar obsoletos, são elas: a obsolescência de função, que ocorre quando um produto se torna obsoleto em razão de outro, que realiza melhor a função, ter sido lançado; a obsolescência de qualidade, que se manifesta

¹³ COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU. Parecer. “*Por um consumo mais sustentável: O ciclo de vida dos produtos industriais e informação do consumidor a bem de uma confiança restabelecida*”. CMMI/12. Ciclo de vida dos produtos e informação ao consumidor. Relator Thierry Libaert e Correlator Jean Pierre Haber. Bruxelas, 17 de outubro de 2013, p. 2. Disponível em: <https://dm.eesc.europa.eu/eesc/2013/_layouts/WordViewer.aspx?id=/eesc/2013/10001999/1904/ces1904-2013_00_00_tra_ac/ces1904-2013_00_00_tra_ac_pt.doc&DefaultItemOpen=1&Source=http%3A%2F%2Fdm%2Eeesc%2Eeuropa%2Eeu%2Feescdocumentsearch%2FPages%2Fopinionsresults%2Easpx%3Fk%3Dciclo%2520de%2520vida>. Acesso em: 28 abr. 2018.

quando um produto é projetado para se desgastar ou deixar de funcionar pouco tempo após a sua aquisição e muito antes do previsto pelo consumidor; e a obsolescência de desejabilidade ou psicológica, que se refere à alteração no estilo do produto, tornando-o mais atrativo e almejado que o modelo antigo, nesse tipo não há grandes inovações tecnológicas ou funcionais no produto, alteram-se apenas aspectos estéticos, como o design, despertando no consumidor o desejo pelo novo modelo em detrimento do antigo geralmente em pleno funcionamento.¹⁴

Portanto, percebe-se que há semelhanças entre as diferentes tipologias citadas, porém não há consenso sobre o tema. Cada tipologia apresentada parte de como os autores interpretam os fatores objetivos (técnicos) e subjetivos (moda e inovações nos produtos) da obsolescência programada. Além disso, a obsolescência programada molda-se também a partir do comportamento dos consumidores. Por ser mais sintética em relação à tipologia elaborada pelo CESE, além de descrever com maior exatidão as formas de obsolescência programada presentes nas relações de consumo contemporâneas, será adotada a tipologia de Vance Packard no decorrer deste trabalho.

As diferentes formas de obsolescência, como mencionado anteriormente, são reiteradamente utilizadas pelos fornecedores no mercado de consumo desde a década de sessenta, e é certo que sofreram modificações desde então, para se adaptarem ao dinamismo do mercado contemporâneo, e continuam sendo aplicadas atualmente, em prol da manutenção e sucesso das empresas em meio à forte concorrência.

Entretanto, os vários efeitos negativos trazidos pela prática da obsolescência programada em vários âmbitos, como já abordado, não podem ser ignorados. Não só no Brasil como em todo o mundo esse cenário tem causado preocupação e exige maior atenção do Poder Público. Países como França e Bélgica tem se movimentado pela criação de soluções para o problema, como se pode depreender do CESE sobre o ciclo de vida dos produtos e informação do consumidor.

No que tange ao consumidor, negligencia-se a preocupação com a parte mais vulnerável da relação de consumo, importante agente regulador do mercado e dotado de expectativas e direitos, que é relegado a um papel de mero coadjuvante na busca pela maximização de lucros.

Desse modo, valendo-se da tipologia de obsolescência programada elaborada por Vance Packard, por dispor de melhor sintetização em relação à tipologia criada pelo CESE, passa-se à

¹⁴ PACKARD, Vance. *The waste makers*, 1961, p. 38.

análise detalhada de cada tipo de obsolescência, a fim de compreender como são aplicadas na prática.

1.1.1 OBSOLESCÊNCIA DE FUNÇÃO

A obsolescência de função caracteriza-se pelo lançamento de novo produto no mercado, que executa melhor a função dos produtos antigos. Ou seja, o produto revela-se obsoleto quando comparado a outro que se destina a cumprir as mesmas funções. Essa modalidade de obsolescência programada está relacionada ao avanço tecnológico, que permite que sejam inseridos no mercado, produtos aperfeiçoados por novas tecnologias, que oferecem maior eficiência e melhor desempenho, moldando e impulsionando a sociedade de consumo contemporânea.

Para Leonard, a obsolescência de função ou tecnológica distingue-se da obsolescência de qualidade, pois naquela há de fato uma inovação tecnológica que agrega funcionalidade ao novo produto, como no caso do telefone, que substituiu o telégrafo, trazendo um enorme acréscimo de praticidade e inovação. Enquanto que os modernos celulares são alvos da obsolescência de qualidade, já que geralmente não estão tecnicamente obsoletos quando são descartados, sua vida útil é reduzida deliberadamente para que dure em média um ano.¹⁵

Para Zambon, essa espécie de obsolescência pode ser percebida como o artifício utilizado por fornecedores de produtos em meio a um ambiente de ampla concorrência, em que a inovação trazida por um produto o diferencia de seus demais concorrentes, satisfazendo as necessidades do consumidor e tornando-o atrativo. Assim, para sobreviver em um mercado tão abundante em opções para o consumidor, é preciso introduzir novidades nos produtos periodicamente. Porém, apesar de isso agregar valor tanto para quem produz quanto para quem consome, tem-se também efeitos negativos.¹⁶

Utterback cita o processo de estabilização das inovações radicais, isto é, passado algum tempo da disponibilização de um produto no mercado, este se consolida e seu projeto se

¹⁵ 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. 142.

¹⁶ ZAMBON, Antônio Carlos et al. *Obsolescência acelerada de produtos tecnológicos e os impactos na sustentabilidade da produção*. RAM, Rev. Adm. Mackenzie, São Paulo, v. 16, n. 4, p. 231-258, ago. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712015000400231>. Acesso em: 27 abr. 2018.

padroniza, aproximando-o de uma ‘*comodittie*’ e fazendo com que todos os produtos daquele gênero sejam fabricados de forma muito parecida. É o que ocorre, por exemplo, com os carros, que tem um projeto estável, que sofre poucas alterações radicais. As funções-chave de um carro são quase que unanimidade entre fabricantes e consumidores, e aqueles que não fornecem tais funções em seus produtos não são capazes de sobreviver em meio à concorrência. Assim, para se sobressaírem num mercado de acirrada competição, os fornecedores são obrigados a promoverem inovações circunstanciais em seus produtos com o objetivo de ofuscar seus concorrentes.¹⁷

Slade cita a competição entre Ford e General Motors na década de 1920 como fato precursor para a utilização da obsolescência programada como estratégia de mercado. Henry Ford e Alfred Sloan, ambos líderes das respectivas montadoras à época tinham concepções muito diferentes de como desenvolver seus produtos e se portar no mercado.

A Ford tinha o modelo T, que se destacava por sua durabilidade e preço acessível, o que fez com que a montadora se mantivesse soberana e vencesse a concorrência por anos. Contudo, o modelo T se tornou um problema para a empresa, devido à sua enorme durabilidade. O automóvel durava cerca de oito anos, mais tempo que qualquer outro modelo lançado na época, o que adiava o consumo repetitivo. Ainda assim, Henry Ford permanecia firme em suas convicções de manter a qualidade do produto, não diminuindo sua vida útil ou tornando-o obsoleto intencionalmente a fim de estimular o consumo frequente. Ford era tido como um engenheiro de valores antiquados, por sua preocupação com a durabilidade de seus produtos e em seus discursos dava a entender que seu objetivo era, realmente, fabricar carros que durassem para sempre. Tal posicionamento atraiu uma massa de clientes fiéis, que mantiveram sua marca no topo por longos anos. Em seu tempo, Ford foi inflexível contra a obsolescência desnecessária, não tendo muito interesse na competição e sim na integridade de seus produtos.¹⁸

Por outro lado, Alfred Sloan fazia parte de uma nova geração de engenheiros, os quais compartilhavam a noção de que a obsolescência de função era inevitável. Sloan assumiu a GM em meio ao caos, se viu à frente de uma empresa desorganizada e inofensiva diante da sua maior concorrente, a Ford. Sloan tinha em mente que o dinamismo da economia capitalista tornava a obsolescência de função inevitável, uma vez que era preciso incrementar os produtos com novas

¹⁷ UTTERBACK, James M. *Mastering the Dynamics of Innovation*. Harvard Business School Press, 1996, p. 92.

¹⁸ SLADE, Giles. *Made to Break – Technology and Obsolescence in America*. First Harvard University Press Paperback edition, 2006, p. 29-33.

tecnologias para permanecer competitivo, sendo impossível frear o desenvolvimento tecnológico que originava produtos mais eficientes e atrativos.¹⁹

O surgimento de inovações revolucionárias como o telefone, rádio, aviões e os primeiros aparelhos elétricos asseguravam esse raciocínio. Neste cerne, Sloan tratou de introduzir nos automóveis da GM, inovações que os diferenciavam de seus concorrentes, tornando-os mais funcionais e atrativos. Assim, Sloan contratou Kettering, o responsável por patentear o motor de partida elétrico em 1913, o que mudou a indústria automobilística para sempre, tornando os modelos antigos obsoletos. Kettering planejava produzir um novo tipo de motor que chamava de “*copper-cooler engine*”. A GM então fabricou modelos com o novo motor, mas foi alvo de muitas reclamações dos consumidores sobre ruídos e diversos problemas mecânicos nos carros, o que fez com que a montadora encerrasse a produção dos modelos.²⁰

Mais tarde, ao aperfeiçoar suas noções de obsolescência, Sloan percebeu que existem estratégias mais simples, que demandam menos tempo e custos, para alavancar as vendas da empresa e vencer a concorrência. A mudança no estilo do produto revelou-se mais rápida e barata do que as inovações tecnológicas, o que se traduz na obsolescência psicológica, que será melhor abordada posteriormente.²¹

Assim, percebe-se que a obsolescência de função é a mais trabalhosa dentre as modalidades de obsolescência programada, considerando-se que as inovações tecnológicas exigem tempo e investimentos altos para que sejam desenvolvidas e introduzidas nos produtos. Por isso, geralmente, fornecedores de produtos e serviços optam por outras formas de obsolescência, pelos seus efeitos mais céleres e menores custos. Apesar disso, pode-se dizer que a obsolescência de função é a modalidade mais louvável dentre as existentes, já que incluem novas funcionalidades nos produtos, tornando-os mais úteis e práticos, contribuindo efetivamente para os consumidores que irão utilizá-los.

No entanto, nem sempre as novas tecnologias que incrementam os produtos trazem de fato mais eficiência e melhor desempenho no uso deste. Muitas vezes, as inovações tecnológicas são utilizadas como pretexto para o lançamento de novos produtos que não apresentam nenhuma

¹⁹ SLADE, Giles. *Made to Break – Technology and Obsolescence in America*. First Harvard University Press Paperback edition, 2006. p. 33-34.

²⁰ SLADE, Giles. *Made to Break – Technology and Obsolescence in America*. First Harvard University Press Paperback edition, 2006. p. 35.

²¹ SLADE, Giles. *Made to Break – Technology and Obsolescence in America*. First Harvard University Press Paperback edition, 2006. p. 36.

nova funcionalidade que seja realmente útil. Incrementar o produto com novas funcionalidades não significa que estas serão úteis ao consumidor, sendo que, usualmente, tais inovações são utilizadas somente para aumentar o valor de venda do bem e não o seu valor funcional.

Faz-se importante mencionar os casos em que os fornecedores de bens, já dispõem de inovações tecnológicas suficientes para serem lançadas em uma das versões de seu produto, mas preferem retardar o lançamento de algumas destas inovações, disponibilizando-as em versões posteriores do mesmo produto, tornando a versão anterior obsoleta e estimulando sua substituição pela mais recente.

Como exemplo ilustrativo da hipótese abordada, frisa-se uma demanda judicial envolvendo a *Apple*. Na referida ação o Instituto Brasileiro de Política de Direito da Informática (IBDI), ajuizou ação coletiva por prática comercial abusiva, acusando a empresa de utilizar estrategicamente a obsolescência programada no lançamento do *ipad4*. De acordo com o Instituto, a *Apple* lançou a nova versão do aparelho muito antes do que se esperava, apenas um ano e sete meses depois do lançamento do *ipad3*, sendo que o intervalo entre os lançamentos da primeira e segunda gerações foi de dois anos e quatro meses. O IBDI argumenta que os consumidores que compraram o *ipad3* foram lesados, uma vez que as inovações trazidas pela quarta versão, um novo processador, novo conector e câmera melhor, poderiam ter sido lançadas já na terceira versão. Além disso, o Instituto afirma que a *Apple* iludiu seus consumidores, que pensaram estar adquirindo um aparelho de ponta, que na verdade já se tornaria obsoleto em pouquíssimo tempo.²²

Acerca da obsolescência de função, Silva destaca:

[...] frequentemente consumidores adquirem veículos tipo fora-de-estrada, e nunca viajam por estradas não-pavimentadas, ou pessoas que não sabem nadar compram relógios de mergulho resistentes a 200 metros de profundidade, revelando que aspectos subjetivos estão presentes mesmo no processo de obsolescência tecnológica. Mas é inegável que o progresso tecnológico tende a oferecer maior conforto para o usuário e, em alguns casos, o produto atualizado impacta menos o meio ambiente que seu predecessor, reduzindo o débito ambiental provocado pela substituição prematura.²³

²² NEVES, Julio Gonzaga Andrade. *A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor*. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.revistadotribunais.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2018, p. 06.

²³ SILVA, Júlio C. Augusto da. *Aspectos subjetivos do consumo e implicações no impacto ambiental*. In: I ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE EM PROJETO – ENSUS, 2007, Santa Catarina. Anais. p. 01-08. Balneário Camboriú: 2007. Disponível em: <<http://ensus2007.paginas.ufsc.br/artigos-ensus-2007/>>. Acesso em: 01 mai. 2018.

Nesse sentido, para Silva, a obsolescência de função talvez seja, de fato, a forma mais ética de estimular o consumidor a adquirir um novo produto, por ser superior, em termos de desempenho, ao que já tinha. Porém, está longe de ser inquestionável, pois manipula a influência que as novas tecnologias exercem sobre o consumidor. É questionável, por exemplo, a necessidade de se aplicar uma inovação em um produto que já cumpre as funções á que se destina. Notoriamente, poucos usuários conhecem todas as funções oferecidas por seu celular, fazendo com que os produtos, que encarecem a cada novo lançamento, sejam cada vez mais subutilizados.²⁴

1.1.2 OBSOLESCÊNCIA PSICOLÓGICA

A obsolescência psicológica, também chamada de obsolescência de desejabilidade, ocorre quando um produto ou serviço em perfeito funcionamento passa a ser considerado obsoleto, devido ao surgimento de uma nova versão, que conta com alguma modificação em seu estilo. Ressalta-se, que o produto tido como obsoleto não se desgastou ou deixou de cumprir com suas funções, apenas tornou-se menos desejável aos olhos do consumidor.

Nesse sentido, a obsolescência psicológica pode ser encarada como uma estratégia para o estímulo do consumo repetitivo, provocando no subconsciente do consumidor a sensação de insatisfação constante, e induzindo-o a acreditar que a felicidade está em descartar produtos ultrapassados e adquirir novos, pois sempre há espaço para mais, fomentando a cultura do excesso e do desperdício.²⁵

Desta forma, essa modalidade de obsolescência se dá por meio de alterações no design do produto, desvalorizando os produtos anteriores prematuramente, sob um ponto de vista emocional. Não há nenhuma melhora significativa no produto sob o ponto de vista técnico, muda-se somente seu estilo ou aparência, estimulando no consumidor o desejo pelo novo. O

²⁴ SILVA, Júlio C. Augusto da. *Aspectos subjetivos do consumo e implicações no impacto ambiental*. In: I ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE EM PROJETO – ENSUS, 2007, Santa Catarina. Anais. p. 01-08. Balneário Camboriú: 2007. Disponível em: <<http://ensus2007.paginas.ufsc.br/artigos-ensus-2007/>>. Acesso em: 01 mai. 2018.

²⁵ SANTIAGO, Mariana Ribeiro; ANDRADE, Sinara Lacerda. *A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: Perspectivas jurídicas do consumismo*. *Revista Quaestio Iuris*, vol. 09, n.º. 04, Rio de Janeiro, 2016. p. 1771-1786. Disponível em: <<http://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/quaestioiuris/article/view/21252/18870>>. Acesso em: 01 mai. 2018, p. 1777.

consumidor passa a sentir-se desajustado ao utilizar um produto que se tornou defasado, em virtude de um novo com design mais moderno ter sido lançado.²⁶

Annie Leonard cita exemplos de produtos alvos da obsolescência psicológica, que comumente estão presentes em nosso cotidiano e são, em grande parte, ligados à moda:

O comprimento sempre em mutação na barra das saias e nos vestidos; os saltos largos que estão em voga e logo são substituídos por escarpins finíssimos na temporada seguinte; a largura das gravatas masculinas; a cor da moda para celulares, iPods, torradeiras, bateadeiras, sofás e até armários de cozinha: todos esses produtos funcionam com obsolescência percebida em ação.²⁷

A obsolescência psicológica, é a forma mais rápida e simples de obsolescência. Segundo Paul M. Mazur, “O estilo pode destruir completamente o valor das posses mesmo quando sua utilidade permanece inalterada”²⁸. Os fornecedores nem sempre podem esperar por grandes avanços tecnológicos que criem produtos realmente melhores, pois estes geralmente levam muito tempo para serem desenvolvidos. Por isso, inserem algo novo ou fazem alterações meramente superficiais nos produtos, como é o caso da mudança de design, com o objetivo único de incitar o consumo e garantir mercado.

Existem dois fatores que desempenham papéis centrais nesse tipo de obsolescência, o design e a publicidade. O design é responsável por oferecer uma sensação de mudança ao consumidor, tornando o produto desejável esteticamente, e condicionando-o a aderir à nova tendência que foi criada. Já a publicidade, é determinante para o sucesso do novo produto, pois é a responsável por aproximá-lo do consumidor, expondo-o e tornando-o desejável. Por meio da publicidade fabricam-se necessidades, criando uma demanda que não existia, ao persuadir o consumidor a substituir seus bens cada vez mais rápido, levando-o a acreditar que realmente precisa consumir.

²⁶ SANTIAGO, Mariana Ribeiro; ANDRADE, Sinara Lacerda. *A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: Perspectivas jurídicas do consumismo*. *Revista Quaestio Iuris*, vol. 09, nº. 04, Rio de Janeiro, 2016. p. 1771-1786. Disponível em: <<http://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/quaestioiuris/article/view/21252/18870>>. Acesso em: 01 mai. 2018, p. 1778.

²⁷ 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. 143.

²⁸ MAZUR, Paul M. *American prosperity: its causes and consequences*. London: Jonathan Cape. 1928. apud CORNETTA, William. *A obsolescência como artifício usado pelo fornecedor para induzir o consumidor a realizar compras repetitivas de produtos e a fragilidade do CDC para combater esta prática*. 2016. 187 f. Tese (Doutorado em Direito) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/19874/2/William%20Cornetta.pdf>>. Acesso em: 01 mai. 2018, p. 52.

Annie Leonard entende que atualmente publicitários agem juntamente com psicólogos, neurocientistas e consumidores bem-informados com o intuito de nos causar mal-estar com o que temos ou com o que não temos nos instigando a comprar novos produtos para recuperar o sentimento de bem-estar. A autora cita ainda que a publicidade identifica as crianças como grandes oportunidades, por serem muito suscetíveis à estímulos visuais, tornando-se leais a marcas desde muito cedo. Ao serem questionadas sobre a abusividade de sua publicidade infantil as empresas afirmam que é dever dos pais supervisionar o que seus filhos assistem, mas a autora argumenta que é impossível impedir que as crianças consumam publicidade, já que estão em todas as plataformas possíveis.²⁹

Assim, Agostinho Pereira e Cleide Calgaro atentam para técnicas de publicidade e marketing prejudiciais ao consumidor, ainda que este não tenha noção de que está sendo alvo destas:

[...] no afã econômico dos fornecedores para que o consumidor consuma bens e serviços, aqueles utilizam-se de técnicas que induzem e espetacularizam (seja pelo marketing ou pela publicidade) bens e serviços, tornando o consumidor suscetível a condutas previamente perniciosas de consumo, sem mesmo ter percepção disso. Portanto, o consumidor pode ser facilmente atacado em sua livre manifestação de vontade e relativamente à determinação de suas prioridades e necessidades.³⁰

O consumidor utiliza a publicidade como principal fonte de informações sobre os produtos que visa consumir. No entanto, fica propenso a violações a seus direitos, uma vez que, a publicidade está voltada muito mais à promoção da venda de um produto do que a informar o consumidor e conferir a ele pleno conhecimento sobre o que está consumindo. Sendo assim, a tentativa de vender o produto a qualquer custo pode suprimir informações cruciais sobre este.³¹

Diante deste cenário, os fornecedores tentam se eximir da responsabilidade pela obsolescência psicológica, atribuindo-a ao próprio consumidor, sob o argumento de que é ele quem escolhe descartar seus produtos ainda em funcionamento para adquirir novos, não se tratando de um artifício mercadológico danoso. Porém, percebe-se que apesar do consumidor ser

²⁹ 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. 144-145.

³⁰ PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide. *A posição do consumidor na sociedade moderna hiperconsumista: Políticas públicas de educação para o consumo sustentável*. Revista da Faculdade de Direito do Sul de Minas, Pouso Alegre, v. 28, n. 2, 69-92, jul./dez. 2012. Disponível em: <<https://www.fdsu.edu.br/adm/artigos/fb2d5e70eb477493b1590ed4401d8276.pdf>>. Acesso em: 01 mai. 2018, p. 77.

³¹ BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. *O controle jurídico da publicidade*. Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor, vol. 3, p. 01-44, abr. 2011b. Disponível em: <<http://www.revistadoatribunais.com.br>>. Acesso em: 03 mai. 2018, p. 30-31.

livre para optar por quais produtos irá consumir, há sim ingerência dos fornecedores, induzindo o consumidor ao descarte e posterior consumo de novos produtos, se valendo de publicidades muitas vezes supérfluas que promovem o produto, mas não oferecem informações úteis e suficientes sobre o funcionamento e qualidade deste, que poderiam influenciar o consumidor em sua tomada de decisão.³²

1.1.3 OBSOLESCÊNCIA DE QUALIDADE

A obsolescência de qualidade consiste na técnica de fabricar produtos já estabelecendo o término de sua vida útil. Pode se dar de diferentes formas, sendo que as mais comuns são: a fabricação com materiais de resistência inferior que levam ao desgaste prematuro do bem, reduzindo sua durabilidade; e a impossibilidade de realizar reparos no produto quando este apresenta alguma falha, seja pela inexistência de peças de reposição ou pelo alto preço destas e do serviço de reparação, o que induz o consumidor à compra de um novo produto, estimulando assim a produção e o consumo em série.

Sabe-se que naturalmente todos os produtos se desgastam com o tempo, conforme são usados, e que fatalmente se tornarão obsoletos em um dado momento. Porém, o que ocorre com a prática da obsolescência programada é a aceleração deste processo, quando o fornecedor age deliberadamente em prol do encurtamento da vida útil dos produtos que disponibiliza no mercado, ludibriando o consumidor, que tem suas expectativas frustradas ao comprar certo bem esperando que dure por um prazo razoável, mas, que na prática apresenta falhas dentro de um curto espaço de tempo após sua compra.

Um exemplo ilustrativo da prática da obsolescência de qualidade é o do Cartel de Phoebus. A lâmpada, logo que foi inventada em 1871, tinha duração de cerca de 1.500 horas de iluminação média. Já em 1924, nos Estados Unidos, após esforços em pesquisa e desenvolvimento, a lâmpada já atingia a duração média de 2.500 horas. Os constantes avanços na durabilidade das lâmpadas fizeram com que os consumidores acreditassem que os anos seguintes

³² SANTIAGO, Mariana Ribeiro; ANDRADE, Sinara Lacerda. *A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: Perspectivas jurídicas do consumismo*. Revista Quaestio Iuris, vol. 09, n°. 04, Rio de Janeiro, 2016. p. 1771-1786. Disponível em: <<http://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/quaestioiuris/article/view/21252/18870>>. Acesso em: 01 mai. 2018, p. 1779.

seriam promissores, com o número de horas de durabilidade do produto evoluindo à passos largos, o que na verdade não ocorreu.³³

O crescente aumento na durabilidade das lâmpadas, apesar de exaltado pelos consumidores, era prejudicial aos grandes fornecedores, já que retardava a ida do consumidor ao mercado, uma vez que os produtos permaneciam úteis por longos períodos. Assim, em 1924, os principais fabricantes de lâmpadas do mundo, tais como a Osram, General Electric, Tungram e Philips, teriam se reunido em Genebra, a fim de firmar um acordo, impondo limitações aos critérios de qualidade até então adotados.³⁴

Foi decidido que, embora as lâmpadas pudessem ser fabricadas para durar mais, a partir daquele momento só seriam produzidas para durarem 1.000 horas. O Cartel objetivava reaquecer o mercado, realizando uma espécie de controle de qualidade às avessas, padronizando o produto oferecido e eliminando a concorrência. Foram impostas, inclusive, sanções àqueles que descumprissem o acordo, comercializando lâmpadas de alta durabilidade.³⁵ Desse fato, é facilmente possível depreender o real sentido da obsolescência de qualidade, subutilizar os produtos já existentes, para que novos produtos sejam consumidos de forma frenética.

Há também exemplos contemporâneos, que ressaltam a utilização da obsolescência de qualidade, em que os consumidores se movimentaram em prol da concretização de seus direitos e contra o uso do artifício. O *ipod*, aparelho fabricado pela *Apple*, para armazenamento e reprodução de músicas, que revolucionou o mercado de eletrônicos com seu design e funcionalidade, foi alvo de uma *class action* norte americana dois anos após ter sido lançado.³⁶

O que motivou a ação foi a enorme quantidade de *ipods* que apresentaram problemas em suas baterias após míseros 18 meses de uso. A *Apple*, no entanto, não oferecia baterias novas, para que os usuários pudessem trocá-las, forçando os consumidores a adquirirem um novo

³³ NEVES, Julio Gonzaga Andrade. *A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor*. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.revistadostribunais.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2018, p. 04.

³⁴ DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada*. Documentário. Espanha: Arte France – Televisión Española, Televisión de Catalunya em coproducción com Article Z media 3.14, 2010. Duração: 52 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhdP0Ao>>. Acesso em: 05 mai. 2018.

³⁵ NEVES, Julio Gonzaga Andrade. *A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor*. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.revistadostribunais.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2018, p. 04.

³⁶ NEVES, Julio Gonzaga Andrade. *A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor*. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.revistadostribunais.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2018, p. 05.

aparelho. Nota-se que a *Apple* pôs em prática a estratégia de obsolescência de qualidade, ao não oferecer um componente para a reparação do produto, o que solucionaria o problema, já que os aparelhos não haviam perecido, somente suas baterias.

Durante a ação judicial, após uma análise dos dados técnicos da bateria de lítio do *ipod*, foi verificado que foi projetada desde o início para que tivesse um ciclo de vida inferior ao esperado. Após todos os desdobramentos processuais a ação terminou com um acordo entre as partes.³⁷ A *Apple* realizou um recall das baterias e estendeu a garantia dos aparelhos para dois anos, indenizando os consumidores prejudicados por meio de vouchers, conforme a geração do *ipod*.³⁸

Recentemente outro caso envolvendo a obsolescência de qualidade veio à tona, tendo a fabricante japonesa de impressoras Epson como protagonista. Em setembro de 2017, a empresa foi denunciada na França por praticar “obsolescência programada” e “fraude” e foram iniciadas investigações para apurar os fatos alegados por consumidores insatisfeitos com os produtos oferecidos pela marca. A denúncia partiu da associação francesa *Halte à l'obsolescence programmée* (HOP, 'Alto à obsolescência programada'), que descreveu técnicas utilizadas pela empresa para induzir os consumidores à compra de cartuchos de impressão, bloqueando a impressora sob o argumento de que estaria sem tinta, mesmo ainda havendo tinta nos cartuchos.³⁹

A HOP cita também inúmeras reclamações de consumidores, alegando que as impressoras avisam que “as almofadas absorventes de tinta chegaram ao fim de sua vida útil” mesmo ainda estando em bom estado, e que a substituição das almofadas custa o mesmo que uma impressora Epson nova, estimulando o consumidor a compra de um novo equipamento, desistindo de reparar o seu.⁴⁰

³⁷ DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada*. Documentário. Espanha: Arte France – Televisión Española, Televisión de Catalunya em coprodução com Article Z media 3.14, 2010. Duração: 52 min. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAo>>. Acesso em: 05 mai. 2018.

³⁸ NEVES, Julio Gonzaga Andrade. *A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor*. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em:<<http://www.revistadostribunais.com.br>>. Acesso em: 06 abr. 2018, p. 06.

³⁹ El Tiempo. Francia abre una investigación a Epson por ‘obsolescencia programada’. Disponível em: <<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/investigacion-a-epson-por-obsolescencia-programada-en-francia-165940>>. Acesso em: 05 mai. 2018.

⁴⁰ El Tiempo. Francia abre una investigación a Epson por ‘obsolescencia programada’. Disponível em: <<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/investigacion-a-epson-por-obsolescencia-programada-en-francia-165940>>. Acesso em: 05 mai. 2018.

Outras empresas do mesmo ramo também foram citadas na denúncia, tais como a HP, Brother e Canon. De acordo com os advogados da associação, é a primeira vez que as autoridades judiciais francesas analisarão um caso ligado à obsolescência programada.⁴¹

Neves retrata essa modalidade de obsolescência como obsolescência por irreparabilidade artificial, destacando que pode ser superada pelo emprego de técnicas de reposição e substituição dos componentes viciosos do produto. Esses componentes podem ser consumíveis, como é o caso dos pneus de um carro, ou não consumíveis, como os bancos do carro. O consumidor espera poder consertar seu produto ao invés de comprar outro, mas nem sempre isso é possível.⁴²

A obsolescência de qualidade manifesta-se de duas formas, a primeira delas obsta de maneira técnica o conserto do produto, ao projetá-lo de forma que seja vedada a reparação, como é o caso dos *ipods* e demais celulares da Apple, que não permitem acesso à bateria, obstando a sua troca, ou quando a bateria e demais peças reparatórias do produto não são postas no mercado. A segunda forma impede a reparação do produto sob uma ótica econômica, na qual são disponibilizadas peças de reposição no mercado, mas o preço destas é tão elevado que se equipara ao de um novo bem, como é o caso das almofadas de absorção das impressoras Epson, levando o consumidor a optar pela aquisição de um novo produto.⁴³

Diante dos exemplos mencionados, é possível perceber que a obsolescência de qualidade não é algo recente. Trata-se de uma técnica que vem sendo aperfeiçoada e utilizada de forma sutil ao longo do tempo, pretendendo estimular o descarte e recompra de produtos, movimentando o mercado e gerando lucro. A prática, apesar de pouco discutida, é comum e está presente no dia-a-dia da maioria da população consumidora mundial, gerando diversos efeitos negativos para o próprio consumidor, e para o meio em que vive.

Na visão de Packard, essa modalidade de obsolescência é certamente a mais perniciosa entre todas. Para o autor:

[...]até mesmo o melhor dos produtos, naturalmente, se gasta algum dia. Portanto, não se pode legitimamente criticar uma companhia por calcular a data da morte de seu produto.

⁴¹ El Tiempo. Francia abre una investigación a Epson por ‘obsolescencia programada’. Disponível em:<<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/investigacion-a-epson-por-obsolescencia-programada-en-francia-165940>>. Acesso em: 05 mai. 2018.

⁴² NEVES, Julio Gonzaga Andrade. *A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor*. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em:<<http://www.revistadotribunais.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2018, p. 07.

⁴³ NEVES, Julio Gonzaga Andrade. *A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor*. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em:<<http://www.revistadotribunais.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2018, p. 07.

Ela se torna vulnerável, porém, quando vende um produto com probabilidade de vida curta sabendo que pelo mesmo custo ou apenas por um pouco mais poderia oferecer ao consumidor um produto com vida útil muito mais longa. Em tais situações, pode-se com razão duvidar dos propósitos da companhia.⁴⁴

Em relação à expectativa dos consumidores sobre a vida útil de seus produtos, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), realizou em parceria com a Market Analysis, uma pesquisa sobre o ciclo de vida dos eletroeletrônicos, objetivando mensurar a satisfação com o desempenho e durabilidade desses equipamentos, além de entender os motivos de substituição e descarte destes.

Considerando aspectos demográficos, de acordo com a pesquisa, os consumidores jovens de 18 a 24 anos são os que mais se mostram insatisfeitos com a durabilidade de seus produtos, 4 em cada 10 jovens não está plenamente satisfeito com o tempo de vida útil de seus bens. A região Nordeste foi a que apresentou maior número de pessoas insatisfeitas com a durabilidade dos produtos eletrônicos, 6 em cada 10 consumidores consultados não está plenamente satisfeito com seus produtos. Enquanto que, na região Sudeste do país, 49% dos consumidores não estão plenamente satisfeitos com a durabilidade dos celulares que possuem.⁴⁵

Os eletrodomésticos, tem sua durabilidade melhor avaliada pelos consumidores com índice de escolaridade mais elevada, 8 em cada 10 questionados responderam que estão plenamente satisfeitos com a durabilidade de seus bens, totalizando 79% de satisfação. Por outro lado, aqueles com menores índices de escolaridade tem maiores queixas em relação à duração de seus produtos, 51% se dizem insatisfeitos com a durabilidade.⁴⁶

No que tange ao tempo médio ideal de duração dos aparelhos, a pesquisa investigou a expectativa dos consumidores quanto à duração mínima que esperam dos produtos. Constatou-se que os consumidores esperam que os eletrodomésticos mais tradicionais como geladeiras, durem mais que o dobro do tempo de duração de aparelhos portáteis como telefones celulares. Para um celular, espera-se que sua vida útil seja de 5 anos, enquanto que para aparelhos digitais como computadores, câmeras e impressoras a expectativa de vida útil é de 6 a 7 anos, para

⁴⁴ PACKARD, Vance. *Estratégia do desperdício*. São Paulo: IBRASA, 1965, p. 53-54.

⁴⁵ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Ciclo de vida de eletroeletrônicos*. Outubro 2013. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/testes_pesquisas/pdfs/market_analysis.pdf>. Acesso em: 9 mai. 2018, p. 18.

⁴⁶ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Ciclo de vida de eletroeletrônicos*. Outubro 2013. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/testes_pesquisas/pdfs/market_analysis.pdf>. Acesso em: 9 mai. 2018, p. 18.

eletroeletrônicos como televisões espera-se uma vida útil de 7 a 10 anos, e por fim, para os eletrodomésticos como lavadoras, fogões e geladeiras a expectativa é de duração de 8 a 12 anos.⁴⁷

Por outro lado, a durabilidade real dos aparelhos revela uma diferença de 2 a 3 anos em relação à expectativa do consumidor, tendo em vista que os celulares contam com uma vida útil média de 2,5 anos, as câmeras 3,8 anos, os computadores 3,1 anos, as televisões 7,4 anos e as geladeiras 9,5 anos.⁴⁸

Ante o exposto, verifica-se que essa espécie de obsolescência programada é a mais prejudicial ao consumidor, sendo suscetível de recriminações e sanções, tanto do ponto de vista ético quanto do ponto de vista legal. O Código de Defesa do Consumidor (CDC), principal diploma legal dedicado à tutelar os direitos do consumidor protegendo-o de possíveis abusos por parte de fornecedores e buscando equilibrar artificialmente as relações de consumo, que não são naturalmente equilibradas, conta com dispositivos aptos a coibir a prática da obsolescência programada como um todo, isto é, em seus três tipos, tendo em vista sua nocividade e caráter abusivo.

1.2 EFEITOS DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Dentre os efeitos negativos advindos da obsolescência programada, ressaltam-se os impactos ambientais gerados pela superprodução e descarte desenfreado de produtos; o esgotamento de recursos naturais usados na fabricação desses produtos; o aumento dos índices de superendividamento do consumidor em razão das inúmeras compras a crédito; a perda de credibilidade de grandes empresas; a insegurança das cadeias de empregos na indústria de reparação e a inobservância aos direitos do consumidor.⁴⁹

⁴⁷ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Ciclo de vida de eletroeletrônicos*. Outubro 2013. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/testes_pesquisas/pdfs/market_analysis.pdf>. Acesso em: 9 mai. 2018, p. 54.

⁴⁸ INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Ciclo de vida de eletroeletrônicos*. Outubro 2013. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/testes_pesquisas/pdfs/market_analysis.pdf>. Acesso em: 9 mai. 2018, p. 55.

⁴⁹ COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU. Parecer. “*Por um consumo mais sustentável: O ciclo de vida dos produtos industriais e informação do consumidor a bem de uma confiança restabelecida*”. CMMI/12. Ciclo de vida dos produtos e informação ao consumidor. Relator Thierry Libaert e Correlator Jean Pierre Haber. Bruxelas, 17 de outubro de 2013, p. 2. Disponível em: <https://dm.eesc.europa.eu/eesc/2013/_layouts/WordViewer.aspx?id=/eesc/2013/10001999/1904/ces1904-2013_00_00_tra_ac/ces1904-2013_00_00_tra_ac_pt.doc&DefaultItemOpen=1&Source=http%3A%2F%2Fdm%2Eeesc%2Eeuropa%2Eeu%2Fees>

Sob a ótica ambiental, constata-se que a obsolescência programada obsta o desenvolvimento sustentável e a redução do consumo inconsciente, na medida em que estimula os consumidores a adquirirem novos produtos, mais modernos, em detrimento dos produtos que já tinham e que ainda lhes seriam úteis por um longo tempo. A fabricação de novos produtos para atender ao ciclo do consumo tem exigido muito do meio ambiente, que não é capaz de acompanhar o ritmo imprimido pelo consumismo contemporâneo.⁵⁰

É sabido que o desenvolvimento econômico não pode pautar-se num crescimento econômico estagnado, mas o consumo exacerbado e inconsciente que presenciamos, fortemente influenciado por fatores como a obsolescência programada, é insustentável, uma vez que gera uma quantidade assustadora de resíduos não-renováveis e que são descartados de maneira incorreta no meio ambiente, que não é capaz de suportar tamanha carga que lhe é conferida. Para o desenvolvimento sustentável é necessário ter em mente que a proteção do meio ambiente é parte do desenvolvimento, possibilitando o desenvolvimento econômico, porém, de acordo com os limites estabelecidos para os recursos naturais, evitando uma implosão do sistema.⁵¹

Os produtos tecnológicos são lançados como modernos e inovadores, trazendo características que os diferem dos anteriores, fazendo com que o consumidor seja compelido a consumi-los, para que não fique desatualizado e distante das novas funcionalidades. Entretanto, Zambon alerta para a emergência de um consumo sustentável, que ainda é ignorado atualmente:

Dessa maneira, produtos cuja interrupção de uso tenha sido causada pelo lançamento de outro e que, por uma deficiência do sistema legal ou produtivo, não são reciclados ou remanufaturados geram um paradoxo na própria definição de produto inovador. Para ser inovador, o produto também precisa ser sustentável, e, para ser sustentável, deve estar alinhado à questão da deposição responsável de resíduos.⁵²

cdocumentsearch%2FPages%2Fopinionsresults%2Easpx%3Fk%3Dciclo%2520de%2520vida>. Acesso em: 27 abr. 2018.

⁵⁰ VARELA, Ana Maria Alves Rodrigues; CARVALHO, Vânia Ágda de Oliveira. *Eles querem te vender, eles querem te comprar*: A obsolescência programada como óbice ao desenvolvimento sustentável e à ética do consumo no século XXI. Revista de direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 136-152, jul. / dez. 2016. Disponível em: < <http://indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/1349/1779> >. Acesso em: 02 set. 2017, p. 150.

⁵¹ VARELA, Ana Maria Alves Rodrigues; CARVALHO, Vânia Ágda de Oliveira. *Eles querem te vender, eles querem te comprar*: A obsolescência programada como óbice ao desenvolvimento sustentável e à ética do consumo no século XXI. Revista de direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 136-152, jul. / dez. 2016. Disponível em: < <http://indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/1349/1779> >. Acesso em: 02 set. 2017, p. 141.

⁵² ZAMBON, Antônio Carlos et al. *Obsolescência acelerada de produtos tecnológicos e os impactos na sustentabilidade da produção*. RAM, Rev. Adm. Mackenzie, São Paulo, v. 16, n. 4, p. 231-258, ago. 2015.

A quantidade de lixo eletrônico ou e-lixo, gerado pelo descarte de produtos eletrônicos é impactante, estudos indicam que entre 5 e 7 milhões de toneladas de produtos eletrônicos tornam-se obsoletos por ano. Obter informações sobre os materiais utilizados na fabricação de produtos como celulares e computadores não é tarefa fácil, pela falta de controle e sigilo industriais. Porém, sabe-se que estes produtos demandam uma grande e variada quantidade de materiais tóxicos para sua fabricação, tais como zinco, mercúrio, cromo e cobalto. Grandes empresas como a Apple, HP, Dell e IBM têm dificuldade em saber a procedência e destinação dos materiais utilizados nos processos de produção de suas mercadorias, pois terceirizam esses serviços por firmas espalhadas por todo o planeta. Ainda assim, não devem ser isentados de sua responsabilidade pela contaminação ambiental trazida por tais materiais.⁵³

O lixo produzido pela obsolescência programada é destinado, em grande parte, a países subdesenvolvidos, tais como Gana. Centenas de lotes de lixo eletrônico contendo computadores e televisões obsoletas são despejados em Gana todos os anos. A destinação de lixo eletrônico à países de terceiro mundo é prática proibida, porém, as grandes empresas declaram o lixo como produtos de segunda mão, e dizem estar tentando quebrar a barreira tecnológica entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos mandando seus produtos para lá, apesar disso, 80% do que vai para esses países não tem conserto. Gana, que é só mais um país entre diversos outros que são alvos dessa prática, sofre diversos prejuízos ambientais ao ser usada como uma espécie de “lixo do mundo”, tendo diminuída a qualidade de vida das pessoas que ali vivem.⁵⁴

Vivemos ainda, numa sociedade completamente dependente de recursos naturais para sobreviver, já que estes recursos são matéria prima indispensável no processo produtivo da maioria dos produtos que consumimos. O grande risco consiste na possibilidade de tais recursos se esgotarem, já que não são renováveis, e vem sendo utilizados sem escrúpulos. Mesmo os recursos renováveis requerem tempo e determinadas condições para que voltem a estar disponíveis na natureza. Nenhum recurso natural é abundante o bastante para atender ao modelo

Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712015000400231>. Acesso em: 31 ago. 2017.

⁵³ 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. 69-70.

⁵⁴ DANNORITZER, Cosima. Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada.

Documentário. Espanha: Arte France – Televisión Española, Televisión de Catalunya em coproducción com Article Z media 3.14, 2010. Duração: 52 min. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAo>>. Acesso em: 06 mai. 2018.

de consumo atual. Até o ar tornou-se impróprio para o consumo em locais como algumas cidades industrializadas da China.⁵⁵

Neste sentido, as necessidades humanas parecem não terminar, pelo contrário, aumentam diariamente, com novos produtos sendo lançados incessantemente e com a publicidade sendo utilizada como mecanismo para inserir nos consumidores o desejo de obter determinado produto ou serviço, fazendo-o achar que realmente precisa daquilo. Mas, para a fabricação destes produtos são utilizados recursos naturais escassos e que correm sério risco de acabar.

Em contraste com o consumismo originado de práticas como a obsolescência programada surge a sustentabilidade, que pretende mudar a forma com que as pessoas consomem, influenciando-as a ter hábitos de consumo vinculados às necessidades do meio ambiente que beneficiarão à toda coletividade que depende dele. A sustentabilidade assenta-se sobre uma mudança de valores e atitudes dos consumidores, fazendo com que assumam seu papel de protagonistas diante do atual cenário, pois só assim será possível controlar os impactos sociais e ambientais sofridos, viabilizando o exercício da cidadania e a concretização de direitos.⁵⁶

Outro efeito digno de atenção, que é influenciado pela obsolescência programada é o superendividamento do consumidor, devido à grande quantidade de compras a crédito. O crédito, é difundido em todo o mundo como meio de incentivo ao consumo, abarcando todas as classes sociais, principalmente as mais pobres e conseqüentemente mais vulneráveis nas relações de consumo.⁵⁷

Por outro lado, a obsolescência programada tem objetivos parecidos com os do crédito, sendo que o principal é o aumento nos índices de consumo. Com a manifestação da obsolescência programada, o consumidor é induzido a realizar novas compras, seja pelo desgaste antecipado de seu bem, ou por outro, mais recente, com alterações em seu design ou com novas funcionalidades ter sido lançado no mercado. O crédito dá ao consumidor a oportunidade de se inserir na cultura de consumo contemporânea, que é movida pela publicidade, muitas vezes agressiva, que leva o

⁵⁵ OLIVEIRA, Márcio Luís de. *A urgência da educação ambiental*. Revista brasileira de direito municipal – RBDM, Belo Horizonte, ano 16, n. 58, p. 7-9, out./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.bidforum.com.br>>. Acesso em: 06 mai. 2018.

⁵⁶ COSTA, Daniela Viegas da; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. *Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des)articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do Estado e das empresas*. Revista de Administração Mackenzie, São Paulo, v. 12, p. 114-145, mai./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ram/v12n3/a06v12n3.pdf>>. Acesso em: 06 mai. 2018, p. 129.

⁵⁷ FRANCO, Marielza Brandão. *O Superendividamento do Consumidor*. Fenômeno Social que Merece Regulamentação Legal. Revista do Instituto Brasileiro de Direito, Ano I, n. 10, p. 6033-6053, 2012. Disponível em: <http://cidp.pt/publicacoes/revistas/ridb/2012/10/2012_10_6033_6053.pdf>. Acesso em: 07 mai. 2018, p. 6034.

consumidor ao consumo desnecessário e incompatível com suas condições econômicas. Com o crédito o pagamento pode ser postergado, tornando-se um problema à ser encarado no futuro.⁵⁸

O problema do superendividamento surge quando o consumidor perde o controle sobre seus gastos, acumulando dívidas que não tem condições de adimplir, pois ultrapassam seus rendimentos. Ou pode ocorrer também por fatores externos, quando um caso fortuito ou de força maior acomete o consumidor, impedindo-o de arcar com as obrigações que contraiu.⁵⁹

Nota-se, portanto, que o crédito é mais um artifício utilizado por fornecedores para lograr êxitos no ambiente mercadológico. Em relação à obsolescência programada, o crédito age como um facilitador da concretização dos objetivos desta prática, que visa o consumo repetitivo, que por sua vez, é viabilizado pelo crédito. É possível compreender, portanto, que o problema do superendividamento do consumidor tem, entre outros fatores, a obsolescência programada como ponto de partida.

No que tange à insegurança da cadeia de empregos na indústria de reparação de produtos, entende-se que essa categoria de trabalhadores se encontra ameaçada pela utilização da obsolescência programada, uma vez que esta age de forma a inviabilizar a reparação dos produtos, tornando-os irreparáveis, por sua própria engenharia, ou seja, produtos que são desenhados para que não possam ser consertados, como é o caso de alguns aparelhos celulares que não dão acesso à bateria. Ou pelo encarecimento dos serviços de reparação, que muitas vezes se aproximam do valor de um novo produto, o que desencoraja o consumidor a procurar estes serviços, induzindo-o a fazer novas compras.

Uma pesquisa realizada pela PROTESTE – Associação Brasileira de Defesa do Consumidor, levantou dados que comprovam a redução da procura por serviços de reparação. Segundo a pesquisa, 74% dos consumidores preferem substituir seus produtos por novos, ao invés de procurarem serviços de reparação. Ao serem questionados sobre a razão de não levarem seus aparelhos para o conserto, 59% dos consumidores revelaram que a assistência técnica é muito cara, 18% informaram que preferiram comprar um modelo mais novo, 15% disseram que o produto já estava fora do prazo de garantia, 7% informaram que não confiam na assistência

⁵⁸ FRANCO, Marielza Brandão. *O Superendividamento do Consumidor*. Fenômeno Social que Merece Regulamentação Legal. Revista do Instituto Brasileiro de Direito, Ano I, n. 10, p. 6033-6053, 2012. Disponível em: <http://cidp.pt/publicacoes/revistas/ridb/2012/10/2012_10_6033_6053.pdf>. Acesso em: 07 mai. 2018, p. 6044.

⁵⁹ FRANCO, Marielza Brandão. *O Superendividamento do Consumidor*. Fenômeno Social que Merece Regulamentação Legal. Revista do Instituto Brasileiro de Direito, Ano I, n. 10, p. 6033-6053, 2012. Disponível em: <http://cidp.pt/publicacoes/revistas/ridb/2012/10/2012_10_6033_6053.pdf>. Acesso em: 07 mai. 2018, p. 6045.

técnica, 2% disseram que após voltar do conserto o aparelho apresentou outros vícios, 0,2% informaram que após o produto retornar do conserto voltou a apresentar os mesmo vícios e 2% informaram outros motivos.⁶⁰

Quanto à perda de credibilidade de grandes empresas, o CESE, sobre o ciclo de vida dos produtos e informação do consumidor, assevera, com base em alguns estudos, que a vida útil dos eletrodomésticos hoje é de 6 a 7 anos, enquanto a vinte anos atrás era de 10 a 12 anos. Com todo avanço tecnológico que presenciamos nos últimos tempos é de se admirar que produtos como eletrodomésticos tenham regredido tanto em seu tempo de vida útil.

Ainda segundo o Comitê, os consumidores europeus têm apresentado desconfiança em relação às empresas fabricantes de bens, após seus produtos se desgastarem muito antes do previsto, mostrarem-se irreparáveis ao apresentarem vícios, ou pela exigência de atualizações constantes, situações que certamente também ocorrem com os consumidores brasileiros. Isso explica a reivindicação de 92% dos consumidores europeus, para que, junto aos produtos, passe a ser veiculado o seu tempo de vida útil estimado, assegurando ao consumidor melhores condições para que decida o que vai consumir, protegendo-o de práticas abusivas por parte dos fornecedores.⁶¹

Em relação à inobservância aos direitos do consumidor, a obsolescência programada viola princípios legais de proteção ao consumidor, previstos na Constituição Federal e nas demais normas do ordenamento jurídico brasileiro, em especial o CDC. Dentre os princípios atingidos, destacam-se: vulnerabilidade, boa-fé objetiva, função social e solidária da empresa, informação, sustentabilidade e confiança. Fere também disposições do Código de Defesa do Consumidor, tais como os artigos: 32 e 37. Revela-se, portanto, como prática abusiva, apesar de não estar inserida no rol do artigo 39, que define tais práticas. Por tratar-se do tema central do presente estudo, este

⁶⁰ PRÔA, Ana Lúcia *et. al.* (Ed.). *Pesquisa: Garanti – 45% dão defeito antes de dois anos*. Revista ProTeste, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 139, p. 26-28, set. 2014, p. 27.

⁶¹ COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU. Parecer. “*Por um consumo mais sustentável: O ciclo de vida dos produtos industriais e informação do consumidor a bem de uma confiança restabelecida*”. CMMI/12. Ciclo de vida dos produtos e informação ao consumidor. Relator Thierry Libaert e Correlator Jean Pierre Haber. Bruxelas, 17 de outubro de 2013, p. 2. Disponível em: <https://dm.eesc.europa.eu/eesc/2013/_layouts/WordViewer.aspx?id=/eesc/2013/10001999/1904/ces1904-2013_00_00_tra_ac/ces1904-2013_00_00_tra_ac_pt.doc&DefaultItemOpen=1&Source=http%3A%2F%2Fdm%2Eeesc%2Eeuropa%2Eeu%2Feescdocumentsearch%2FPages%2Fopinionsresults%2Easpx%3Fk%3Dciclo%2520de%2520vida>. Acesso em: 28 abr. 2018.

tópico será melhor abordado posteriormente, em capítulo dedicado, onde seus aspectos serão explorados detalhadamente.

2 OS PRINCÍPIOS E REGRAS PROTETIVAS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Há importante distinção entre normas e princípios, conforme apontam a doutrina e a jurisprudência. As regras são normas jurídicas que se direcionam a prescrever condutas, e as consequências de sua aplicação podem ser percebidas imediatamente. Por sua vez, os princípios são regras jurídicas altamente gerais, que constituem verdadeiros alicerces para a aplicação das regras, trazendo parâmetros para sua interpretação e otimização diante do caso concreto.⁶²

O direito do consumidor conta com uma extensa base principiológica, essencial para a correta aplicação de suas regras. Tais princípios encontram-se explícitos no CDC, apesar de não se excluïrem outros que, por ventura, possam ser identificados a partir da leitura do texto normativo.⁶³ O CDC, é considerado pela doutrina como uma norma principiológica, por concretizar uma determinação constitucional, prevista no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988, segundo o qual: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.”⁶⁴ Dessa forma, as demais normas destinadas a regular as relações de consumo, devem conformar-se com os princípios gerais do CDC.⁶⁵

Sobretudo, é preciso ressaltar que, o sistema jurídico brasileiro é organizado hierarquicamente, e em seu topo situa-se a Constituição Federal. Portanto, toda lei infraconstitucional deve, necessariamente, estar em consonância com os preceitos constitucionais, sob pena de ser considerada nula e, conseqüentemente, não poder ser aplicada. Existem diversas normas constitucionais atinentes aos direitos do consumidor, algumas explícitas, outras implícitas no texto constitucional. Por ser uma categoria dentre os cidadãos, todas as normas e princípios constitucionais voltados aos cidadãos são também aplicáveis aos consumidores. Como exemplo, no que for cabível, os direitos fundamentais dispostos no artigo 5º da Constituição Federal aplicam-se também aos consumidores.⁶⁶

⁶² MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 127.

⁶³ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 127.

⁶⁴ BRASIL. Constituição Federal de 1988. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 01 set. 2018.

⁶⁵ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017, p. 22.

⁶⁶ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 50.

Passa-se a seguir, à análise da configuração das relações jurídicas de consumo e posteriormente ao estudo dos princípios e regras constitucionais e consumeristas relevantes ao tema tratado no presente trabalho.

2.1 A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

O pressuposto básico para a aplicação do CDC e das normas protetivas ao consumidor é a existência de uma relação jurídica de consumo. Analisando os artigos 2º e 3º do CDC, verifica-se que a configuração da relação de consumo está condicionada a existência de três elementos básicos, quais sejam: Consumidor, fornecedor e produto ou serviço.

A definição padrão, ou standard, de consumidor, encontra-se no artigo 2º do CDC, segundo o qual: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.”⁶⁷ Desse modo, é possível infirmar que tanto pessoas físicas quanto jurídicas poderão ser protegidas pelas normas do CDC, e que é consumidor tanto quem adquire um produto ou serviço por meio de um contrato quanto quem utiliza um produto ou serviço através de uma relação de fato.⁶⁸

A expressão “destinatário final” dá margem a diferentes interpretações e gera divergências doutrinárias. Num primeiro momento o consumidor pode ser visto como o destinatário fático de um produto ou serviço, ou seja, aquele que retira o bem do mercado de consumo. Por outro lado, entende-se como destinatário final aquele que além de retirar o bem do mercado também o consome, exaurindo sua utilidade, isto é, não o reutiliza como insumo em um novo processo produtivo. Outro aspecto que deve ser observado é a vulnerabilidade, o CDC objetiva a proteção do consumidor vulnerável, numa relação desigual, não se aplicando a relações paritárias. Porém, excepcionalmente, o produtor e empresário de pequeno porte, quando constatada sua vulnerabilidade nas relações de consumo, podem ser considerados consumidores.⁶⁹

⁶⁷ BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

⁶⁸ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 156.

⁶⁹ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 156-159.

O conceito de fornecedor presente no artigo 3º do CDC estabelece que: “Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.”⁷⁰ Em suma, fornecedor é quem oferece produtos e serviços no mercado de consumo. Salienta-se a abrangência da definição, que abarca tanto fornecedores nacionais quanto estrangeiros, e até mesmo o Estado, quando oferece bens de consumo por meio de seus Órgãos e Entidades a fim de atenderem às necessidades dos consumidores.⁷¹

Porém, para ser definido como tal, o fornecedor deve exercer atividade econômica com habitualidade e mediante remuneração. O caráter econômico da atividade exercida pelo fornecedor é que viabiliza a imposição de deveres jurídicos a ele, uma vez que é ele quem usufrui das vantagens econômicas e efetiva as relações de consumo.⁷²

Cumpra ressaltar ainda, que o termo “fornecedor” no CPC é tratado como gênero, que comporta as espécies: produtor, importador, construtor, comerciante e fabricante. Assim, quando o Código pretende responsabilizar todas essas espécies usa o termo “fornecedor”, enquanto que, se refere a cada uma delas individualmente quando objetiva particularizá-las.⁷³

Em relação ao produto, de acordo com o artigo 3º, § 1º, do CDC, temos que: “Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.”⁷⁴ Percebe-se que a lei é a mais abrangente possível, objetivando que nenhum produto fique fora de sua esfera de aplicação. Distinguem-se também, os produtos duráveis dos não duráveis, no artigo 26, incisos I e II, do CDC.

Os produtos duráveis são aqueles produzidos para serem utilizados várias vezes, ou seja, são duradouros, tendem a demorar para se desgastarem. Porém, tais produtos não são eternos, é natural que todo produto se desgaste com o tempo e perca funcionalidade, mas o que se espera de

⁷⁰ BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

⁷¹ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 177-178.

⁷² MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 177-178.

⁷³ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 137

⁷⁴ BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

produtos duráveis é que tenham uma duração razoável, levando em conta o fim à que se destinam. Já os produtos não duráveis são aqueles que não perduram, que se extinguem muito rapidamente ou mesmo instantaneamente após o seu uso.⁷⁵

Por fim, os serviços são definidos pelo artigo 3º, § 2º, do CDC, como: “Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.”⁷⁶ Trata-se de uma definição bastante ampla, considerando o uso da expressão “qualquer”, que faz com que o rol apresentado seja meramente exemplificativo. Diz-se atividade, pois é uma ação humana que visa um fim. Portanto, de forma sintética, pode-se dizer que serviço é toda atividade prestada no mercado de consumo.⁷⁷

Demonstrada a formação da relação de consumo, passa-se à análise dos princípios e normas constitucionais e consumeristas atinentes ao tema em questão. Sabe-se que a Constituição Federal de 1988 e a legislação consumerista, em especial o CDC, estabeleceram uma série de princípios e garantias incidentes nas relações de consumo a fim de harmonizá-las, porém, ater-se-á somente aos dispositivos que guardam relação com a prática da obsolescência programada.

2.2 PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS APLICÁVEIS

Conforme demonstrado anteriormente, existem princípios constitucionais aplicáveis às relações de consumo, em prol de sua harmonização e da defesa do consumidor. Dentre tais princípios, destacam-se os princípios da função social e solidária da empresa, e da sustentabilidade, por sua conexão com a prática da obsolescência programada. Conexão esta que será aprofundada no capítulo seguinte.

⁷⁵ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 137 – 140.

⁷⁶ BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

⁷⁷ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 137 – 140.

2.2.1 PRINCÍPIO DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

O princípio da função social da empresa respalda-se na Constituição Federal de 1988, que se preocupou em elevar o interesse coletivo à diretriz que deve conduzir e limitar a atuação dos indivíduos. Significando que, os interesses individuais devem ser colocados em segundo plano, priorizando-se os efeitos que cada faculdade jurídica exercerá sobre a coletividade. A função social diz respeito à submissão das faculdades privadas à consecução de objetivos sociais, que afetam toda a sociedade e não apenas os indivíduos diretamente envolvidos, reduzindo assim o arbítrio individual sem extingui-lo.⁷⁸

Para Maria Helena Diniz a função social da empresa é entendida como: “O exercício pelo administrador da sociedade por ações das atribuições legais e estatutárias para a consecução dos fins e do interesse da companhia, usando do seu poder de modo a atingir a satisfação das exigências do bem comum.”⁷⁹

É inegável o papel desempenhado pelas empresas e sua influência na atual sociedade. São elas as grandes responsáveis pela produção e distribuição de bens e serviços no mercado, desenvolvimento econômico e geração de empregos, impactando diretamente a coletividade. Sobre a importância da empresa Ana Frazão de Azevedo Lopes pronuncia-se:

A empresa é vista como instituição cuja importância transcende à esfera econômica e passa a abarcar interesses sociais dos mais relevantes, como a própria sobrevivência e o bem-estar dos trabalhadores que para ela prestam seus serviços e dos demais cidadãos que dividem com ela o mesmo espaço social.⁸⁰

O princípio da função social da empresa objetiva que sejam levados em conta os interesses sociais em qualquer atividade econômica exercida, seja ela em esfera privada ou pública. A atuação empresarial, ainda que tenha como objetivo principal a realização de uma atividade que remunere o capital empregado pelos seus controladores, afeta, direta ou indiretamente, outros campos sociais, contribuindo para o desenvolvimento nacional, preceituado no artigo 3º, inciso II da Constituição Federal, desenvolvimento este que é o fim precípua da

⁷⁸ MAMEDE, Gladston. *Direito empresarial brasileiro, v.1: empresa e atuação empresarial*. 10. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016, p. 45.

⁷⁹ DINIZ, Maria Helena. *Dicionário jurídico*. São Paulo: Saraiva, vs. 2-4, 1998.

⁸⁰ LOPES, Ana Frazão de Azevedo. *Empresa e Propriedade – função social e abuso de poder econômico*. São Paulo: Quartier Latin, 2006, p. 119.

atividade econômica do país, considerando que a partir de uma sociedade desenvolvida naturalmente concretizam-se os demais objetivos, como a geração de riquezas.⁸¹

A empresa gera efeitos que podem ser demonstrados por meio da teoria dos círculos concêntricos, onde no centro estão os interesses dos sócios da empresa, no círculo posterior encontram-se os interesses de empregados, consumidores e investidores da empresa, logo depois tem-se os interesses do Estado, agindo como regulador e arrecadador, e por fim, no círculo mais distante, está a sociedade como um todo, evidenciando que os impactos da ação empresarial não se restringem aos sócios e colaboradores desta, e podem prejudicar ou beneficiar toda uma estrutura que a cerca.⁸²

Ressalta-se, no entanto, que não se pode impedir que a empresa busque alcançar seu objetivo maior, que é a obtenção de lucro. Limita-se a autonomia privada, em prol da efetivação do bem comum, freando possíveis abusos da empresa e de seus administradores que atentem contra a coletividade e exigindo que a atuação empresarial seja voltada a ideais constitucionais, tais como a erradicação da pobreza e marginalização, desenvolvimento social, diminuição de desigualdades regionais, bem comum, a promoção da dignidade da pessoa humana, proteção do meio ambiente e defesa do consumidor. Então, o que deve ser encontrado é o equilíbrio entre os objetivos, conciliando os fins sociais perseguidos com a visão de lucro das empresas e de seus administradores, evitando o conflito entre estes.

2.2.2 PRINCÍPIO DA SUSTENTABILIDADE

Por conseguinte, destaca-se o princípio da sustentabilidade que promove a busca por um ambiente ecologicamente equilibrado. O Supremo Tribunal Federal reconhece a natureza constitucional e fundamental do desenvolvimento sustentável já há muito tempo, como comprova o julgamento da ADI 3.540 de 2006. O direito ambiental, responsável por promover uma maior integração entre meio ambiente e sociedade, é tipicamente um direito de terceira geração, o que o

⁸¹ MAMEDE, Gladston. *Direito empresarial brasileiro, v.1: empresa e atuação empresarial*. 10. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016, p. 45.

⁸² FRASÃO, Stanley Martins. *A responsabilidade civil do administrador da sociedade limitada*. Belo Horizonte: Faculdade de Direito Milton Campos, 2003, p. 16.

torna mais abrangente, voltando-se à tutela dos interesses da coletividade e não de indivíduos singularizados.⁸³ Kalil, refere-se a terceira geração de direitos como:

Esta geração de Direitos tem como valor essencial a fraternidade ou solidariedade na busca da superação de um modelo econômico predatório do homem pelo homem e da natureza, cuja transcendência alcança a humanidade como um todo, exigindo ações tanto negativas quanto positivas, agora não mais apenas do Estado, mas da sociedade.⁸⁴

A Constituição Federal incorporou ao texto constitucional o princípio da sustentabilidade em seu artigo 225, *caput*, segundo o qual “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.”⁸⁵ A sustentabilidade refere-se, portanto, à harmonia entre desenvolvimento social e preservação ambiental, permitindo o desenvolvimento desde que atento aos impactos ambientais gerados, reconhecendo e expandindo um valor humano fundamental ao garantir um meio ambiente saudável para as atuais e futuras gerações.

Destaca-se ainda, os princípios do direito ambiental, basilares para a proteção do meio ambiente: O princípio do ambiente ecologicamente equilibrado, natureza pública da proteção ambiental, usuário pagador, poluidor-pagador, da prevenção e precaução, reparação, informação e cooperação entre os povos. Dentre tais princípios destacam-se o princípio do poluidor-pagador; prevenção e precaução; e reparação.

O princípio do poluidor-pagador ao contrário do que possa parecer à primeira vista, não confere ao pagador o direito de poluir, uma vez que o meio ambiente é bem de uso comum do povo, sendo, portanto, um interesse social indisponível. Tal princípio, pretende impedir que a sociedade arque com os custos ambientais causados por um poluidor identificável, imputando a este o ônus de arcar com as consequências de sua degradação. A Constituição Federal, em seu artigo 225, § 3º, ratifica esse entendimento, determinando que: “As condutas e atividades consideradas lesivas ao meio ambiente sujeitarão os infratores, pessoas físicas ou jurídicas, a sanções penais e administrativas, independentemente da obrigação de reparar os danos causados.

⁸³ EFING, Antônio Carlos. et al. *Reflexões sobre o tratamento jurídico da obsolescência programada no Brasil: Implicações ambientais e consumeristas*. Revista Novos Estudos Jurídicos, Itajaí, v. 21, n. 3, p. 1266-1292, set./ dez. 2016. Disponível em: <<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/nej/article/view/9698/5449>>. Acesso em: 13 mai. 2018, p. 1270.

⁸⁴ KALIL, Ana Paula Maciel Costa. *Política Nacional de Resíduos Sólidos: O Direito dos Novos Tempos*. Curitiba: Juruá, 2015, p. 74-75.

⁸⁵ BRASIL. Constituição Federal de 1988. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.html>. Acesso em: 27 mai. 2018.

”⁸⁶ Evidenciando que o poluidor terá de arcar com custos proporcionais aos danos ambientais causados, sem prejuízo de demais sanções penais e administrativas, o que leva à compreensão de outro dos princípios destacados, o da reparação.⁸⁷

O próprio artigo 225, § 3º, da Constituição Federal, explicita os último dos princípios destacados, o da prevenção e precaução, que clarifica que os prejuízos ambientais devem ser prevenidos por todos, e a prevenção ocorre antes da consumação do dano, visando evitar a degradação irreparável do meio ambiente, em razão de sua importância coletiva.⁸⁸

Nesse sentido a Conferência das Nações Unidas sobre meio ambiente e desenvolvimento, Rio/92, por meio de seu princípio 15, estabelece que:

Com o fim de proteger o meio ambiente, o princípio da precaução deverá ser amplamente observado pelos Estados, de acordo com suas capacidades. Quando houver ameaça de danos graves ou irreversíveis, a ausência de certeza científica absoluta não será utilizada como razão para o adiamento de medidas economicamente viáveis para prevenir a degradação ambiental.⁸⁹

Não se pode dissociar a atuação de consumidores e fornecedores na sociedade de consumo da situação em que se encontra o meio ambiente e da promoção do desenvolvimento sustentável. O papel dos agentes do consumo é de estrita importância para a materialização dos fins tidos pelo princípio da sustentabilidade, pois são os responsáveis diretos pela exploração de recursos ambientais para a fabricação de produtos e descarte desordenado destes.

2.3 PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Adiante, trata-se do exame dos princípios consumeristas vinculados ao tema em estudo. Especificamente, serão abordados os princípios da vulnerabilidade, boa-fé objetiva e informação, com o intuito de, oportunamente, analisar sua infringência através da prática da obsolescência programada.

⁸⁶ BRASIL. Constituição Federal de 1988. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 27 mai. 2018.

⁸⁷ SOUZA, Moutari Ciocchetti de. *Interesses difusos em espécie: direito ambiental, direito do consumidor e probidade administrativa*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 58-59.

⁸⁸ SOUZA, Moutari Ciocchetti de. *Interesses difusos em espécie: direito ambiental, direito do consumidor e probidade administrativa*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 59.

⁸⁹ Declaração do Rio de Janeiro. *Estud. av.*, São Paulo, v. 6, n. 15, p. 153-159, ago. 1992. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141992000200013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 mai. 2018.

2.3.1 PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

A partir da leitura do artigo 4º, inciso I, do CDC, depreende-se que o principal fundamento para a elaboração e aplicação do CDC, ou de qualquer outra lei voltada à proteção do consumidor, é a condição de vulnerabilidade deste nas relações de consumo. É inegável a afirmação de que o consumidor é a parte mais frágil na relação, o que constitui uma verdadeira presunção que não admite prova em contrário, uma vez que se trata de característica intrínseca à condição de destinatário final de produtos ou serviços.⁹⁰

Pode-se verificar a vulnerabilidade do consumidor tanto *a priori*, quanto *a posteriori*, nesse último caso dependendo de comprovação no caso concreto. A opção do legislador para a aplicação do CDC foi a de conferir ao consumidor uma presunção de vulnerabilidade, tendo em vista que, normalmente, não são os consumidores que dirigem a relação de consumo, estando suscetíveis a práticas lesivas por parte dos fornecedores.⁹¹

A vulnerabilidade do consumidor decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de ordem econômica. O primeiro aspecto diz respeito ao monopólio do fornecedor dos meios de produção, cabendo a ele decidir quais produtos ou serviços disponibilizará no mercado, e de que forma serão disponibilizados, estando o consumidor a mercê dessas decisões. O segundo aspecto está ligado a discrepância entre o poderio econômico de fornecedor e consumidor, pois sabe-se que, geralmente, o fornecedor é dotado de maior capacidade econômica, salvo em raras exceções.⁹²

Nesse sentido, Rizzatto Nunes doutrina:

[...] quando se fala em “escolha” do consumidor, ela já nasce reduzida. O consumidor só pode optar por aquilo que existe e foi oferecido no mercado. E essa oferta foi decidida unilateralmente pelo fornecedor, visando seus interesses empresariais, que são, por evidente, os da obtenção de lucro.⁹³

Somos consumidores por necessidade, uma vez que, para sobrevivermos em meio a uma sociedade extremamente industrializada, inevitavelmente, temos que recorrer a produtos e serviços oferecidos no mercado de consumo. E, conforme citado anteriormente, o consumidor

⁹⁰ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017, p. 33-34.

⁹¹ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 128.

⁹² NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 176-177.

⁹³ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 177.

não participa do processo de criação dos produtos, cabe a ele apenas analisar as condições estabelecidas pelo fornecedor, pagar o preço prefixado, nas formas de pagamento também prefixadas.⁹⁴

Inobstante, ressalta-se que a vulnerabilidade se manifesta de diferentes formas, a depender da condição social, cultural ou econômica do consumidor, dando origem a três espécies, todas com a finalidade de proteção do polo vulnerável da relação de consumo, conforme se verá adiante.

A vulnerabilidade técnica consiste na ausência de conhecimentos específicos do consumidor sobre os produtos que consome. Por outro lado, exige-se do fornecedor que detenha tais conhecimentos, já que participou ativamente do processo de desenvolvimento, fabricação e disponibilização dos produtos e serviços no mercado de consumo. Pode ser usada como exemplo a situação em que um consumidor adquire um aparelho celular, não se pode esperar que conheça tecnicamente o funcionamento do software destinado ao uso do aparelho. Dos consumidores, sobretudo dos não profissionais, não é possível se exigir e muito menos presumir que tenham tais conhecimentos, o que enseja o surgimento de outros princípios e obrigações anexas para o fornecedor, como é o caso do princípio da informação, que será tratado neste capítulo.⁹⁵

Sob outra perspectiva, a vulnerabilidade jurídica se refere ao desconhecimento, por parte do consumidor, de seus direitos e da legislação que o ampara em suas relações de consumo, não sabendo como se portar ou exigir reparação diante de situações abusivas, que aproveitam ao fornecedor. Em decorrência desse desconhecimento, o consumidor costumeiramente, não compreende as consequências jurídicas das relações que estabelece, ao contrário do fornecedor, que lida rotineiramente com tais situações e geralmente conta com suporte jurídico que o orienta em suas decisões.⁹⁶

Por último temos a vulnerabilidade fática, que abrange diversas situações em que se verifica a fragilidade do consumidor. Dentre elas, há a vulnerabilidade econômica, como citada anteriormente, que consiste na disparidade entre o poder aquisitivo de consumidores e de fornecedores, como no caso em que um consumidor, pessoa natural, adquira eletrônicos da Apple. Além desse caso, há hipóteses em que a vulnerabilidade natural do consumidor é agravada

⁹⁴ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 42.

⁹⁵ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 129.

⁹⁶ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 129-130.

por alguma característica pessoal, como é o caso de crianças, analfabetos, idosos ou pessoas portadoras de deficiência. Nesses casos, os consumidores são ainda mais suscetíveis às práticas dos fornecedores, pois tem sua cognição, percepção e mobilidade prejudicadas. Esse tipo de vulnerabilidade compreende também a vulnerabilidade informacional, que se torna cada vez maior, uma vez que vivemos um momento em que a informação se dissemina muito facilmente, por meio da publicidade, que é a forma como o consumidor conhece os produtos e serviços e que não raramente é utilizada de maneira inadequada pelo fornecedor, distorcendo ou omitindo dados importantes para o consumidor, que não dispõe de condições para atestá-las.⁹⁷

Ante o exposto, o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e a aplicação de tal princípio busca nortear as relações de consumo, que são naturalmente desequilibradas, tratando o consumidor de forma desigual para obter, através da legislação protetiva, um equilíbrio artificial entre fornecedores e consumidores. Pode-se dizer então, que o princípio aqui tratado se traduz na razão de ser da legislação consumerista e que dele derivam todos os demais princípios e garantias voltadas à defesa do consumidor.

2.3.2 PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

O princípio da boa-fé objetiva encontra-se previsto no Código de Defesa do Consumidor, especificamente em seu artigo 4º, inciso III. Tal princípio apresenta uma evolução em relação ao princípio da boa-fé subjetiva, que se referia à intenção dos agentes da relação de consumo, isto é, preocupava-se com aspectos íntimos e psicológicos do sujeito de uma relação negocial. O que importa para a boa-fé subjetiva é somente a intenção do agente negociante, deixando de lado sua conduta. A boa-fé objetiva direciona-se justamente à conduta das partes, a relevância aqui não está na intenção, e sim em como os agentes efetivamente se comportam nas relações de consumo.⁹⁸

Diante dessas ideias, o princípio da boa-fé objetiva, presente no CDC, pode ser definido como uma regra de conduta, que exige um comportamento voltado à lealdade entre as partes de uma relação de consumo, visando estabelecer um equilíbrio entre os agentes de consumo, que

⁹⁷ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 130.

⁹⁸ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017, p. 39.

não existe naturalmente, em decorrência da posição privilegiada do fornecedor. Assim, inibem-se as ações da parte que visem ludibriar e se aproveitar indevidamente da outra parte para obter vantagens, impondo-lhe prejuízos. Esse equilíbrio entre as partes deve ser mantido em todos os momentos da relação de consumo, seja no momento pré-contratual ou pós-contratual. Dentre os deveres determinados para os agentes de consumo pelo princípio da boa-fé objetiva enfatiza-se o dever de respeito, cuidado, probidade, transparência, o dever de agir com honestidade e razoabilidade, além do dever de informar.⁹⁹

A boa-fé objetiva tem como escopo, ainda, a realização de preceitos constitucionais, previstos no artigo 170 da Constituição Federal, que versa sobre a ordem econômica nacional, vinculando interesses como a proteção do consumidor e o desenvolvimento econômico e tecnológico, balanceando os interesses de consumidores e fornecedores. Com o presente princípio, viabiliza-se também a aplicação dos demais princípios consumeristas constantes no CDC, que dependem da existência do justo equilíbrio entre as partes.¹⁰⁰

Nota-se a presença do princípio da boa-fé objetiva em inúmeros dispositivos do CDC, como no artigo 31, que trata do dever de informação por parte do fornecedor, que deve informar com clareza e precisão sobre as características de seus produtos, especificando sua quantidade e qualidade, sob pena de, agindo de má-fé na oferta de seus produtos, ser penalizado com as sanções previstas. Não obstante veda-se, nos artigos 36 e 37 do CDC, a utilização de publicidade enganosa e abusiva, como forma de enganar o consumidor, disfarçando a má-fé de seus objetivos e impondo desvantagens ao consumidor.¹⁰¹

2.3.3 O PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO

O princípio da informação está previsto no artigo 6º, inciso III, do CDC, e consiste em um direito básico do consumidor. De acordo com a redação do referido artigo, temos que, é direito do consumidor: “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos

⁹⁹ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017, p. 39.

¹⁰⁰ NUNES, Rizzatto. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2014, p. 205.

¹⁰¹ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017, p. 39.

incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”¹⁰². Destarte, tal princípio surge como desdobramento do princípio da transparência, que consta no artigo 4º, caput, do CDC, ambos oriundos do princípio da vulnerabilidade do consumidor.¹⁰³

Logo, o direito à informação visa a aproximação entre consumidor e fornecedor, criando relações de consumo mais transparentes, isto é, relações mais sinceras e leais, evitando comportamentos obscuros das partes, impondo ao fornecedor o dever de oferecer informações claras, relevantes e verossímeis a respeito dos produtos e serviços de que dispõe no mercado. Tal princípio deve permear toda a relação contratual entre consumidor e fornecedor, devendo estar presente tanto na fase pré-contratual, ou seja, no momento de negociação, quanto na fase pós-contratual, que compreende o momento de execução dos contratos.¹⁰⁴

O princípio da informação tem como propósito, o fornecimento de informações indispensáveis ao consumidor para que possa tomar suas decisões de consumo de forma segura, escolhendo conscientemente aquilo que deseja consumir, de acordo com suas necessidades e a capacidade dos produtos de supri-las. Deve o fornecedor prover as informações que possui e que o consumidor não detém, colocando-os em situação de igualdade, ou atenuando suas diferenças. Nesse sentido, esclarece a exposição de motivos do CDC sobre o que pretende o direito à informação: “O acesso dos consumidores a uma informação adequada que lhes permita fazer escolhas bem seguras conforme os desejos e necessidades de cada um.”¹⁰⁵

Frisa-se o entendimento de Alcides Tomasetti Junior em relação aos objetivos do direito à informação para o consumidor:¹⁰⁶

i) consciencialização crítica dos desejos de consumo e da priorização das preferências que lhes digam respeito; ii) possibilitação de que sejam averiguados, de acordo com critérios técnicos e econômicos acessíveis ao leigo, as qualidades e o preço de cada produto ou de cada serviço; iii) criação e multiplicação de oportunidades para comparar os diversificados produtos; iv) conhecimento das posições jurídicas subjetivas próprias e alheias que se manifestam na contextualidade das séries infundáveis de situações de

¹⁰² BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

¹⁰³ SCHWARTZ, Fabio. *Direito do consumidor: Tópicos & Controvérsias*. Rio de Janeiro: Impetus, 2013, p. 54.

¹⁰⁴ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998, p. 286.

¹⁰⁵ Exposição de Motivos do Código de Defesa do Consumidor. Diário do Congresso Nacional, Seção II, 3 de maio de 1989, p. 1663.

¹⁰⁶ TOMASETTI JÚNIOR, Alcides. *O objetivo da transparência e o regime jurídico dos deveres e riscos de informação nas declarações negociais para consumo*. Revista de Direito do Consumidor, Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor, n. 4. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1992.

consumo; v) agilização e efetivação da presença estatal preventiva, mediadora, ou decisória, de conflitos do mercado de consumo.

Desta feita, é nítido que o direito à informação é essencial para a política de defesa do consumidor. A falta de informações ao consumidor é um dos principais fatores responsáveis por gerar desequilíbrio entre as partes nas relações de consumo, tendo em vista que, o fornecedor tem total conhecimento sobre os produtos que comercializa, enquanto o consumidor não detém o conhecimento técnico necessário para comparar os inúmeros produtos existentes no mercado, devido à sua vulnerabilidade, que o CDC objetiva reduzir. O direito à informação visa esclarecer ao consumidor, através de informações claras e precisas, todos os aspectos dos produtos, sua qualidade e características, tornando-o capaz de optar por aquilo que melhor lhe atende, conferindo confiabilidade ao fornecedor e evitando frustrações com produtos que não suprem as expectativas criadas.¹⁰⁷

2.4 OS DISPOSITIVOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Constata-se que o CDC conta com dispositivos normativos que evidenciam a abusividade da prática de redução intencional da vida útil dos bens. Referidos dispositivos podem ser aplicados aos casos práticos de obsolescência programada, em suas diferentes formas de manifestação, e são voltados à proteção e defesa do consumidor, pretendendo resguardá-lo de possíveis práticas abusivas e lesivas a seus direitos.

2.4.1 A OBRIGATORIEDADE DO FORNECIMENTO DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO

De acordo com o artigo 32, caput, do CDC: “Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.”¹⁰⁸ E, em caso de cessação da fabricação do produto, o parágrafo único

¹⁰⁷ CALDEIRA, Mirella D’Angelo; ALVARES, Juliana P. de Almeida. O dever de informar no Código de Defesa do Consumidor e a inclusão social dos deficientes visuais. Revista Mestrado em Direito, Osasco, n. 2, p. 123-143, 2007. Disponível em: <<http://132.248.9.34/hevila/Revistamestradoemdireito/2007/vol7/no2/7.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2018, p. 133.

¹⁰⁸ BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

do mesmo artigo, exige que a oferta seja “mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.”¹⁰⁹

Tal disposição visa o cumprimento do princípio da boa-fé objetiva no período pós-contratual, quando as partes já cumpriram com suas obrigações na relação de consumo. No entanto, não há prazo fixado em lei para a oferta dessas peças, devendo o judiciário formar seu convencimento do que é razoável diante do caso concreto. A Lei nº 2.181/97 objetivou preencher a lacuna existente no CDC em relação ao “período razoável”, tendo em vista o seu alto grau de abstração. Em seu artigo 13, inciso XXI, a referida lei indica que o prazo para disponibilidade de componentes e peças de reposição depois de cessada a fabricação do produto nunca deve ser inferior a vida útil do bem. Em outras palavras, o “período razoável” dependerá das características e peculiaridades do produto em questão, assim poder-se-á determinar por quanto tempo os direitos do consumidor, que depositou confiança no fornecedor, deverão ser assegurados.¹¹⁰

A ausência de disposição expressa relativa ao período mínimo em que o fornecedor deve fornecer peças de reposição após o fim da fabricação do produto prejudica a aplicação de tal dispositivo. Nesse sentido, está em tramitação na Câmara dos Deputados, o Projeto de lei 335/2015, que prevê a alteração do CDC, incluindo expressamente prazos para esse fornecimento. O projeto inicial, de autoria do Deputado Rômulo Gouveia, contempla apenas os veículos automotores e prevê um prazo de 10 anos para o fornecimento de peças de reposição depois de cessada a fabricação ou importação do veículo. Após ser apreciado pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, o projeto foi modificado e o prazo de 10 anos foi substituído por período equivalente ao dobro da garantia do ano-modelo do veículo. Entretanto, o relator, Deputado Cabo Sabino, entendeu que a medida não deveria se estender somente aos veículos, e alterou o Projeto de Lei, concluindo que o prazo de 10 anos poderia ser exagerado para outros produtos, como smartphones e computadores, que evoluem mais rapidamente.¹¹¹

¹⁰⁹ BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

¹¹⁰ MARQUES, Cláudia Lima. et al. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 495.

¹¹¹ BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 335 de 2015. Disciplina a oferta de peças e componentes de veículo automotor de via terrestre ao consumidor. Brasília, 11 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=946596>>. Acesso em: 01 set. 2018.

Assim, após reunião com a Comissão de Defesa do Consumidor, aprovou-se o texto substitutivo apresentado pelo relator, que prevê a alteração dos artigos 31 e 32 do CDC, incluindo no primeiro a exigência de se informar a vida útil do produto na oferta e apresentação deste. Já no § 1º, do artigo 32, prevê que a oferta, que antes deveria ser mantida por período razoável, deverá ser mantida por período nunca inferior ao prazo de vida útil do produto, que deve ser informado pelo fornecedor no certificado de garantia ou manual de instruções. Cria-se ainda, um segundo parágrafo para o artigo 32, dispondo que na ausência da informação quanto a vida útil, este prazo será de, no mínimo, 10 anos. O projeto ainda está em tramitação, e depende da análise de diversas Comissões especializadas para que seja aprovado.¹¹²

Cumprir ressaltar ainda que o não cumprimento da disposição estabelecida, tanto no caput, quanto no parágrafo único do artigo 32 do CDC, geram a obrigação de efetiva reparação dos danos sofridos pelo consumidor, conforme dispõe o artigo 6º, inciso VI, do CDC, não se afastando o cumprimento específico da obrigação, de fornecer as peças de reposição necessárias à reparação dos produtos.

2.4.2 A PUBLICIDADE ABUSIVA E ENGANOSA

Inobstante, o CDC conta com dispositivos legais que objetivam proteger o consumidor da publicidade enganosa e abusiva. Trata-se do caput do artigo 37, do CDC, bem como os parágrafos 1º, 2º e 3º, do mesmo artigo, os quais estabelecem que:

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

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

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

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

¹¹² BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 335 de 2015. Disciplina a oferta de peças e componentes de veículo automotor de via terrestre ao consumidor. Brasília, 11 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=946596>>. Acesso em: 01 set. 2018.

Para Tartuce, a publicidade pode ser definida como: “[...] qualquer forma de transmissão difusa de dados e informações com o intuito de motivar a aquisição de produtos ou serviços no mercado de consumo.”¹¹³ O ordenamento jurídico regula a publicidade pela sua importância para a sociedade de consumo, uma vez que, é através dela que o consumidor conhece os produtos e é convencido a consumi-los. Portanto, é de extrema importância que as informações veiculadas por meios publicitários estejam de acordo com os parâmetros determinados em lei, sendo vedada a publicidade que vise ludibriar ou se aproveitar da vulnerabilidade do consumidor, evitando assim, abusos e danos posteriores.

Nesse sentido, destaca-se o artigo 6, inciso IV, do CDC, quanto à proibição de práticas publicitárias atentatórias aos direitos do consumidor, prevendo: “a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.”¹¹⁴

A publicidade enganosa, conforme conceitua o § 1º, do artigo 37, do CDC, é toda informação ou comunicação em formato publicitário que vise enganar o consumidor, seja por sua falsidade ou pela omissão de informações que podem macular o convencimento do consumidor, induzindo-o à erro. A publicidade enganosa, assim sendo, pode ser comissiva ou omissiva. Será comissiva quando o fornecedor, emissor da mensagem publicitária, fizer constar nela informação inverídica, como por exemplo, uma campanha publicitária que enalteça determinada funcionalidade de um celular, que este, na verdade, não possui.¹¹⁵

Já em caso de publicidade enganosa omissiva, a mensagem publicitária deixa de veicular informações essenciais para a formação do convencimento do consumidor. Dessa forma, sem que estas informações estejam presentes, pode se dizer, que a decisão tomada pelo consumidor foi corrompida, pela inobservância de um de seus direitos básicos, já abordado anteriormente, o direito à informação. Tal direito exige que informações atinentes ao produto, que influenciem nas escolhas do consumidor, estejam presentes na apresentação e oferta destes, e conseqüentemente

¹¹³ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017, p. 445.

¹¹⁴ BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

¹¹⁵ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017, p. 448.

na publicidade que os promovam, de modo à fortalecer a confiança do consumidor e prevenir que sejam criadas falsas expectativas.¹¹⁶

Enquanto isso, a publicidade abusiva, consiste na prática de disseminar mensagens publicitárias que contenham abuso de direito. O parágrafo 2º, do artigo 37, do CDC, descreve os casos em que a publicidade será considerada abusiva. A publicidade abusiva apresenta conteúdo agressivo, e que fere os valores morais comuns existentes em sociedade. Então, embora o objetivo da publicidade seja a promoção do produto, ela acaba, por vezes, excedendo-se e ferindo direitos coletivos para alcançar suas pretensões, o que não é justificável e considera-se um abuso.¹¹⁷

¹¹⁶ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017, p. 449.

¹¹⁷ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017. p. 457.

3 A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA COMO PRÁTICA ABUSIVA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Verifica-se que, apesar da obsolescência programada não estar expressamente prevista no artigo 39 do CDC, como prática abusiva nas relações de consumo, seus reflexos para o consumidor explicitam sua abusividade, já que fere princípios básicos e disposições normativas da lei consumerista, valendo-se da supremacia do fornecedor nas relações de consumo para a concretização de objetivos arbitrários. Inicialmente, voltar-se-á a analisar o conceito de abusividade e como as práticas comerciais podem ser consideradas abusivas. Posteriormente, serão abordadas as normas jurídicas aplicáveis às relações de consumo, demonstrando como são afetadas pela obsolescência programada.

3.1 PRÁTICAS ABUSIVAS NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O abuso de direito é uma importante categoria do direito privado contemporâneo, e encontra-se tipificado tanto no CDC, quanto no Código Civil de 2002, o que leva ao diálogo entre as fontes. O artigo 187 do Código Civil traz o conceito de abuso de direito: “[...] comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico e social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.”¹¹⁸ A ideia de que o titular de um direito pode não exercê-lo de forma regular, excedendo os limites impostos e causando prejuízos a outrem, fez com que a legislação brasileira direcionasse especial atenção às práticas abusivas, tipificando-as.¹¹⁹

As práticas comerciais são definidas por Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin como “[...] os procedimentos, mecanismos, métodos e técnicas utilizados pelos fornecedores para, mesmo indiretamente, fomentar, manter, desenvolver e garantir a circulação de seus produtos e serviços até o destinatário final, ” de tal maneira que, podem ser consideradas práticas

¹¹⁸ BRASIL. Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm>. Acesso em: 02 set. 2018.

¹¹⁹ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 598.

comerciais, todas as condutas voltadas ao escoamento de bens e serviços no mercado de consumo. As práticas incluem também, o marketing, a garantia e os serviços pós-venda.¹²⁰

O CDC, regula as práticas abusivas em três artigos: 39, 40 e 41. Porém, as práticas comerciais que se pretende combater estão elencadas no artigo 39, de forma exemplificativa, pois outras práticas podem ser identificadas no texto legal, como por exemplo, o não fornecimento de peças de reposição por prazo razoável, para produtos cuja fabricação foi interrompida, conforme consta no artigo 32, parágrafo único, do Código. As práticas abusivas devem ser consideradas objetivamente, ou seja, independentemente da produção de dano efetivo ao consumidor devem ser tratadas como abusivas, pois são desleais e ferem princípios básicos do direito do consumidor, sendo o principal deles o princípio da boa-fé objetiva.¹²¹ Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin conceitua as práticas abusivas nas relações de consumo como: “[...] a desconformidade com os padrões mercadológicos da boa conduta em relação ao consumidor.”¹²² Daí, é possível depreender que a abusividade da prática está na inobservância dos preceitos que fundamentam a aplicação da legislação consumerista, excedendo os limites que são impostos para a proteção dos interesses do consumidor.

Na atual sociedade, entende-se o consumo menos como uma expressão da liberdade contratual e mais como uma necessidade humana. Dessa forma, verifica-se o abuso de direito na relação de consumo através do desequilíbrio entre os agentes, com a prevalência do fornecedor, que se aproveita de sua posição privilegiada para impor suas condutas, em detrimento do consumidor, que se encontra em posição vulnerável.¹²³

Em sua redação original, o artigo 39 estabelecia: “É vedado ao fornecedor de produtos e serviços”, e em seguida elencava uma série de práticas consideradas abusivas. Porém, houve uma alteração no texto legal e o rol expresso no artigo 39 do CDC passou a ser meramente exemplificativo, ou seja, não se limita somente às práticas nele expostas, conforme evidencia-se pelo uso da expressão “dentre outras práticas abusivas” em seu caput, o que deixa margem para o

¹²⁰ BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense, 2017, p. 260.

¹²¹ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: 2017, p. 600.

¹²² BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. et al. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p. 215.

¹²³ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 307.

reconhecimento da abusividade de outras práticas, que devem ser igualmente reprimidas, por atentarem contra os ditames legais de proteção ao consumidor.¹²⁴

Para Rizzatto Nunes, mesmo que a redação original do artigo 39 fosse mantida, sem referência a outras práticas abusivas além das elencadas, o rol deveria ser tido como exemplificativo, por tratar de condutas que violam os direitos do consumidor. Para o autor, essa interpretação teleológica não decorre somente do sistema da lei consumerista, mas dos próprios direitos básicos do consumidor, que estão no artigo 6º do CDC.¹²⁵ Artigo este que dispõe, em seu inciso IV, que é um direito básico do consumidor: “a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.”¹²⁶

3.2 A VIOLAÇÃO AOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS

Em relação aos princípios constitucionais que incidem sobre a relação jurídica de consumo, destacam-se os princípios da função social da empresa e da sustentabilidade, que tem sua eficácia prejudicada com a prática da obsolescência programada.

Depreende-se que, conforme exposto no capítulo anterior, a aludida prática atenta contra o princípio da função social da empresa, na medida em que obsta a realização dos objetivos previstos pelo referido princípio. Por ser uma estratégia mercadológica com vistas a estimular o consumo repetitivo e gerar lucro, em detrimento da qualidade dos produtos oferecidos ao consumidor, do respeito às normas de proteção ao mesmo, da construção de uma sociedade sustentável, entre outros efeitos negativos, revela-se nitidamente como uma ferramenta para benefício dos interesses egoístas da empresa, afastando o caráter coletivo de suas ações e dificultando a harmonia entre os interesses de empresa e sociedade.

Por outro lado, o estímulo ao consumo repetitivo e ao descarte prematuro de produtos promovido pela obsolescência programada, como abordado anteriormente no tópico referente aos efeitos desta prática, contribuem para a não efetivação do princípio da sustentabilidade, previsto

¹²⁴ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 306-309.

¹²⁵ NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017, p. 603.

¹²⁶ BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

na Constituição Federal, em seu artigo 225, *caput*, pois contrariam os ideais de desenvolvimento sustentável, priorizando o desenvolvimento econômico por si só e desprezando a esfera ambiental.

Conforme demonstrado no primeiro capítulo, dentre os efeitos da obsolescência programada estão as assustadoras implicações ambientais. O que se busca com tal prática é o estímulo ao consumo em massa, o que leva ao crescimento econômico. Porém, o crescimento econômico não deve ser tido como o único indicador de desenvolvimento, tendo em vista que há outras variáveis que precisam também ser consideradas. Uma dessas variáveis é, sem dúvidas, a ambiental, todo desenvolvimento precisa ser sustentável, e, para alcançá-lo, é necessário ter em mente que a proteção ao meio ambiente é parte do desenvolvimento. Não se pode impedir o desenvolvimento econômico, porém, este deve ocorrer, de acordo com os limites estabelecidos para os recursos naturais, evitando uma implosão do sistema. Para isso, são necessárias mudanças nos padrões atuais de consumo, eliminando práticas como a obsolescência programada.¹²⁷

A esse respeito, traz-se o elucidativo pronunciamento de Édís Milaré:

Tanto a proteção do meio ambiente como a proteção do consumidor são princípios da ordem econômica, nos termos da Constituição Federal de 1988. Isso quer dizer que, no plano constitucional, as duas esferas de preocupação (meio ambiente e consumidor) estão igualmente situadas, e funcionam como limites à livre iniciativa, uma vez que a ordem econômica se direciona para a ordem social, como afirmam os requisitos jurídicos e o ordenamento econômico-social a partir da Carta Magna.¹²⁸

Além da enorme carga que se extrai do meio ambiente para a fabricação de cada vez mais produtos que satisfazem necessidades forjadas, impressiona a quantidade abundante de resíduos gerados pelo constante estímulo ao descarte e consumo, conforme exposto no primeiro capítulo. A obsolescência psicológica provoca no consumidor o desejo pelo novo, o que consequentemente leva ao abrupto descarte de produtos, que muitas vezes estão em perfeitas condições. Já a obsolescência de qualidade fomenta o descarte quando projeta o produto para falhar prematuramente, ou quando promove sua irreparabilidade, não disponibilizando meios para que os bens possam ser consertados. O setor de eletrônicos é o mais visado pela

¹²⁷ VARELA, Ana Maria Alves Rodrigues; CARVALHO, Vânia Ágda de Oliveira. *Eles querem te vender, eles querem te comprar*: A obsolescência programada como óbice ao desenvolvimento sustentável e à ética do consumo no século XXI. Revista de direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 136-152, jul. / dez. 2016. Disponível em: <<http://indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/1349/1779>>. Acesso em: 02 set. 2017, p. 141.

¹²⁸ MILARÉ, Édís. *Direito do Ambiente*: A gestão ambiental em foco. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 99.

obsolescência programada, e é justamente o lixo eletrônico o mais prejudicial para o meio ambiente, em decorrência das substâncias que o compõe, que se espalham violentamente, tendo em vista que são descartados de maneira incorreta, tanto por consumidores, quanto por fornecedores.

Dessa forma, a prática da obsolescência programada mostra-se abusiva, pois serve a um modelo de desenvolvimento voltado apenas ao acúmulo de capital e desatento às consequências nocivas que o consumo desmedido traz a sociedade e ao meio ambiente. O consumidor mais uma vez encontra-se em clara posição de vulnerabilidade, pois, com as fortes estratégias empregadas que o induzem ao ato de consumo, acaba cedendo à manipulação. Além disso, a falta de uma maior conscientização do consumidor sobre as consequências de suas ações no mercado, contribuem para o sucesso da estratégia da obsolescência programada.

3.3 A VIOLAÇÃO AOS PRINCÍPIOS CONSUMERISTAS

Seguindo os apontamentos do capítulo anterior sobre a vulnerabilidade do consumidor, temos que, diante da prática da obsolescência programada essa condição é constatada. No caso da obsolescência de qualidade, o consumidor adquire o produto sem saber de sua predisposição à quebra, ou que será irreparável quando deixar de funcionar. Já no caso da obsolescência de função, adquire um produto esperando que será o mais atual durante um período razoável, mas é surpreendido pelo lançamento de novas versões num curto lapso temporal, o que reduz o valor econômico e funcional de seu bem ou faz cessar o suporte a ele, impossibilitando seu uso. Na obsolescência psicológica o consumidor é compelido a substituir seus produtos em razão de incrementos superficiais nos novos lançamentos, o que ocorre por meio da publicidade, que atualmente está em todos os lugares e, não raramente, usa de abusividade para persuadir todos os tipos de consumidores, incluindo aqueles mais propensos às armadilhas do consumo, como crianças, que tem sua vulnerabilidade agravada.

A vulnerabilidade técnica contribui para o sucesso da obsolescência programada, pois o consumidor não tem noção do processo de produção, dos materiais utilizados e da real durabilidade dos bens que consome, uma vez que, todas essas informações pertencem ao fornecedor, que geralmente não as divulga. Assim, o consumidor fica à margem da vontade do fornecedor, que determina como serão produzidos e fornecidos seus produtos, podendo agir de

maneira imoderada em desrespeito a algumas normas (regras ou princípios) previstas no ordenamento jurídico, tornando nítido o caráter abusivo da prática da obsolescência programada.

Em relação aos princípios consumeristas, a prática da obsolescência programada atenta contra o princípio da boa-fé objetiva que exige um comportamento leal e transparente de consumidores e fornecedores. No caso da obsolescência psicológica, quando há abusividade ou enganosidade na publicidade e marketing utilizados pelo fornecedor na promoção de seus produtos, influenciando-o a substituir seus produtos por outros que contam com alterações extrínsecas e superficiais, se está diante de uma clara violação ao princípio da boa-fé objetiva.

No caso da obsolescência de qualidade, ao fornecer produtos projetados para quebrarem ou falharem dentro de um curto espaço de tempo, vendendo-os como se aptos a durarem pelo tempo esperado, ou impedindo a reparação do aludido produto, pela falta de peças de reposição ou alto custo destas e dos serviços reparatórios, o fornecedor age em desconformidade com a boa conduta que dele se espera, impondo desvantagens excessivas ao consumidor, frustrando as expectativas legitimamente criadas, deixando-lhe a mercê de seus arbítrios e sendo, portanto, desleal em sua conduta. Assim, o consumidor não sofre apenas prejuízos econômicos, pois, da mesma forma é afetado moralmente.

Ocorre ainda a obsolescência de função, quando os produtos são disponibilizados na premência de tornarem-se obsoletos pelo lançamento de outros, privando o consumidor dessa informação e impedindo-o de fazer o melhor negócio possível. Além disso, destacam-se os casos em que um novo lançamento faz com que sejam interrompidas as atualizações e suprimentos destinados a versões antigas do produto. Ressalta-se o entendimento de Neves a esse respeito:

Ora, conquanto seja natural ante o avanço tecnológico que novas plataformas substituam as antigas (*mutatis mutandi*, como os fornos a gás substituíram aqueles a lenha), ninguém compra um gênero eletrônico – normalmente de alto valor agregado – na expectativa de ter acesso a novidades por um bimestre. Mesmo em face da assombrosa velocidade da tecnologia, abandonar a antiga plataforma é retirar a prestabilidade do produto adquirido e pôr o consumidor em posição de excessiva desvantagem.¹²⁹

A grande maioria dos casos ligados à obsolescência programada são julgados em Juizados Especiais. Porém, destaca-se o posicionamento do Superior Tribunal de Justiça, no

¹²⁹ NEVES, Julio Gonzaga Andrade. A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.revistadostribunais.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2018, p. 15.

juízo do Recurso Especial nº 984.106-SC (2007/0207915-3), em que a Quarta Turma se manifestou sobre o tema, decidindo da seguinte forma:

Ademais, independentemente de prazo contratual de garantia, a venda de um bem tido por durável com vida útil inferior que legitimamente se esperava, além de configurar um defeito de adequação (art. 18 do CDC), evidencia uma quebra da boa-fé objetiva, que deve nortear as relações contratuais, sejam de consumo, sejam de direito comum. Constitui, em outras palavras, descumprimento do dever de informação e a não realização do próprio objeto do contrato, que era a compra de um bem cujo ciclo vital se esperava, de forma legítima e razoável, fosse mais longo.¹³⁰

Ao se falar no princípio da informação, verifica-se que a prática da obsolescência programada viola tal direito no momento em que omite informações que seriam relevantes e aptas a influenciar o consumidor em suas decisões de consumo. Na obsolescência de função, o consumidor adquire um produto acreditando que será atual e útil durante um período razoável, mas que, em pouco tempo, torna-se obsoleto, através do lançamento de um novo, que traz inovações tecnológicas, reduzindo sua funcionalidade, em decorrência da interrupção do fornecimento de suporte e componentes para o produto antigo por parte do fornecedor, que sabe da iminência de um novo lançamento, mas oculta tal informação.

É o que se verifica, por exemplo, no Voto proferido pelo Juiz de Direito Alexandre Moraes da Rosa em Recurso Inominado nº 2013.100261-0, da Primeira Turma de Recursos da Comarca da Capital/SC, julgando o caso em que o consumidor adquiriu um computador com o sistema operacional *Windows Vista*, que estava na iminência de ser substituído por um novo sistema, o *Windows 7*, fazendo com que as atualizações lançadas não fossem mais compatíveis com o sistema anterior. Tal informação não foi fornecida ao consumidor, que esperava ter um produto atual e funcional por período razoável, mas se viu prejudicado e arrependido por sua compra em apenas um mês:

1. Trato de Recurso Inominado interposto contra decisão, fls. 54 – 57, que julgou procedente o pedido de condenação ao pagamento de indenização no valor do produto, R\$3.354,93, formulado por M.M.G. em face de D.C.B. LTDA.
A recorrente insurge-se contra a condenação.
2. O autor alega que o produto adquirido pelo site da ré, com o sistema operacional *Windows Vista*, tornou-se obsoleto com o lançamento do sistema operacional *Windows 7*, em apenas um mês. E, que diante do fato do programa de atualização não se estender ao seu produto, o autor não mais teria interesse no computador. Justificou o pedido

¹³⁰ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 984.106 – SC (2007/0207915-3). Recorrente: Sperandio Máquinas e Equipamentos LTDA. Recorrido: Francisco Schlager. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Brasília, 4 de outubro de 2012. Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/doc.jsp?id=1233586>>. Acesso em: 07 set. 2018.

indenizatório com base na ofensa ao direito de informação clara e precisa, do art. 6º, inciso III, do CDC.

3. Na forma do art. 6º, inciso III do CDC, a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de suas características é um direito básico do consumidor. Portanto, o direito à informação é responsabilidade objetiva do fornecedor. Ora, é inverossímil que o recorrente estivesse devidamente informado da iminência da substituição do sistema operacional e decidiu deliberadamente adquirir o produto, para se ver frustrado no mês seguinte.

4. Destaque-se que o dever do fornecedor de prestar informação clara e precisa (art. 6º, inciso III, do CDC) se reforça e amplia na medida da complexidade do produto ou serviço. Em outras palavras, não se trata de objeto simples e de compreensão imediata das suas características. Um computador envolve uma complexidade de elementos, hardware e softwares, que demandam maior atenção ao dever de informação.

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

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

(TJRS, ACív n. ° 70044971505, Des. Túlio de Oliveira Martins, j. 5/10/2011)

Neste sentido, o vício de informação se caracteriza pela constatação do comportamento paradoxal do consumidor, independentemente dos dados estarem disponibilizados, afinal, é inverossímil que o consumidor, devidamente bem informado pelo fornecedor, se arrependa de imediato da aquisição de um produto que supostamente funciona como o planejado.

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

A atualidade do produto ou serviço é característica de qualidade e valor, portanto insere-se dentre as informações essenciais do produto, cujo dever de prestá-las reflete atenção à direito básico do consumidor, na forma do art. 6º, inciso III, do CDC.¹³¹

Por outro lado, na obsolescência de qualidade, o consumidor não é informado de que o produto que está prestes a consumir foi deliberadamente planejado para se desgastar com facilidade ou falhar em curto período. Omite-se ainda, que apresentando falhas ou desgaste, não serão fornecidas peças para a reparação dos produtos, o que viola frontalmente o artigo 32, do CDC, que foi tratado no capítulo anterior, mas que será novamente discutido posteriormente. Também não há informação de que tais peças, quando fornecidas, custarão tanto quanto um novo produto. Portanto, há omissão de informações determinantes para as escolhas do consumidor, ou

¹³¹ BRASIL. Primeira Turma de Recursos da Comarca da Capital/SC. Recurso Inominado n. 2013.100261-0.

Recorrente: Dell Computadores do Brasil Ltda. Recorrido: Maurício Machado Gonçalves. Relator: Juiz Alexandre Morais da Rosa. Capital, 07, de março de 2011. Disponível em:

<<http://emporiiodireito.com.br/leitura/obsolescencia-programada-violado-direito-a-informacao-e-constitui-pratica-abusiva>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

estas são disponibilizadas de forma insuficiente ou inadequada, burlando seu direito e prejudicando suas decisões de consumo.

Sobre o direito à informação e a durabilidade dos produtos, Bruno Miragem pronuncia-se no seguinte sentido:

[...] considerando-se a obsolescência programada uma estratégia negocial, é inequívoca a legitimidade dos órgãos e instituições de defesa do consumidor e do meio ambiente para verificar seus efeitos. Tanto no tocante à transparência da política de informação dos fornecedores sobre o uso de matérias-primas e outras informações relevantes do processo de fabricação e oferta ao mercado, quanto do efetivo benefício ao consumidor, mediante redução de preços, assim como a apuração de outros custos sociais e ambientais decorrentes da prática.¹³²

O Comitê Econômico e Social Europeu (CESE), sobre o ciclo de vida dos produtos e informação do consumidor, ao discutir a prática da obsolescência programada, apontou algumas medidas aptas ao combate desta. Entre tais medidas destacam-se as que se baseiam no direito à informação, propondo seu fortalecimento, conscientizando o consumidor e reduzindo sua vulnerabilidade, para que esteja melhor preparado e esclarecido sobre todos os aspectos dos produtos fornecidos, e, portanto, menos suscetível a condutas lesivas em seus atos de consumo.

Algumas das propostas do CESE ligadas ao direito à informação:

O CESE defende que seja indicada a duração de vida ou o número de utilizações previstas dos produtos, para que o consumidor possa escolher com conhecimento de causa. É favorável à experimentação voluntária com a indicação de um preço por cada ano previsto de duração de vida, a fim de encorajar a aquisição de produtos duráveis, devendo a duração de vida indicada ser controlada para evitar abusos em prejuízo do consumidor. Este poderia assim adquirir produtos mais caros no momento da compra, mas mais econômicos a prazo. Isso incentivaria as nossas empresas a produzir objetos mais duráveis. Uma tal indicação deve centrar-se na informação pertinente de que o consumidor precisa, e ser diferenciada consoante as categorias de produto, para evitar um excesso de informação em determinadas embalagens.

[...] importa informar adequadamente os consumidores sobre o ciclo de vida mínimo dos produtos, o que é relevante para a decisão de compra. Neste contexto, serão bem-vindas iniciativas e atividades comerciais e empresariais voluntárias.¹³³

¹³² MIRAGEM, Bruno. *Consumo sustentável e desenvolvimento*: por uma agenda comum do direito do consumidor e do direito ambiental. Revista do Ministério Público do RS, Porto Alegre, n. 74, jul. 2013 – dez. 2013, p. 242. Disponível em: <www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/.../consumo_sustentavel_e_desenvolvimento.pdf>. Acesso em: 03 set. 2018.

¹³³ COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU. Parecer. “Por um consumo mais sustentável: O ciclo de vida dos produtos industriais e informação do consumidor a bem de uma confiança restabelecida”. CMMI/12. Ciclo de vida dos produtos e informação ao consumidor. Relator Thierry Libaert e Correlator Jean Pierre Haber. Bruxelas, 17 de outubro de 2013, p. 2. Disponível em: <https://dm.eesc.europa.eu/eesc/2013/_layouts/WordViewer.aspx?id=/eesc/2013/10001999/1904/ces1904-2013_00_00_tra_ac/ces1904-2013_00_00_tra_ac_pt.doc&DefaultItemOpen=1&Source=http%3A%2F%2Fdm%2Eeesc%2Eeuropa%2Eeu%2Fees>

A informação revela-se como um instrumento crucial no combate a obsolescência programada, e sua violação destaca a abusividade desta prática. Informações como a média de vida útil esperada para um produto e sua atualidade, são de suma importância para que o consumidor saiba o que está consumindo e possa optar pelos produtos que melhor lhe atendem, evitando futuras insatisfações e promovendo o consumo consciente. É nesse sentido que a legislação e jurisprudência brasileira posicionam-se, priorizando sempre o direito à informação como meio eficaz para enfrentar os recorrentes abusos praticados contra o consumidor.

Frisa-se ainda o Projeto de Lei 335/2015, já mencionado no capítulo anterior, de autoria do Deputado Rômulo Gouveia, e posteriormente alterado pelo relator Deputado Cabo Sabino, que está em tramitação. O Projeto objetiva alterar o texto dos artigos 31 e 32 do CDC, criando a obrigação para o fornecedor de veicular na oferta, manual de instruções ou certificado de garantia dos produtos que disponibiliza, o seu prazo de vida útil, para fins de se aferir o tempo razoável para o fornecimento de peças de reposição depois de terminada sua fabricação, iniciativa que seria de grande valia no combate à prática da obsolescência programada.¹³⁴

3.4 A VIOLAÇÃO AOS DISPOSITIVOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A utilização da obsolescência programada de qualidade, com vistas a desestimular o a reparação de produtos, por meio da falta de peças de reposição no mercado, impedindo a continuidade de seu uso e induzindo o consumidor a recompra, sendo que poderia reparar o seu produto por um custo muito menor, caso houvessem peças de reposição, afronta o artigo 32 do CDC, tanto para produtos ainda em fabricação, quanto para aqueles que já deixaram de ser fabricados, mas ainda existem e são utilizados pelo consumidor. Ilustrando o tema em comento, tem-se o julgado a seguir, em que o consumidor adquiriu um aparelho de TV, que se tornou inútil em um ano e doze dias, em virtude de um vício, que não pôde ser reparado, em razão da ausência de componentes necessários:

cdocumentsearch%2FPages%2Fopinionsresults%2Easpx%3Fk%3Dciclo%2520de%2520vida>. Acesso em: 02 set. 2018.

¹³⁴ BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 335 de 2015. Disciplina a oferta de peças e componentes de veículo automotor de via terrestre ao consumidor. Brasília, 11 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=946596>>. Acesso em: 02 set. 2018.

A parte autora adquiriu um aparelho de TV fabricado pela primeira ré, ora apelante, tendo a mesma apresentado defeito um ano e doze dias após sua aquisição, logo, doze dias após o término da garantia, vindo a procurar a assistência técnica autorizada, onde foi informada da extinção do prazo de garantia, tendo autorizado o serviço orçado pela mesma, e não logrando êxito em seu intento, face à ausência de peça de reposição, cuja responsabilidade cabe à fabricante, primeira ré, estando caracterizada a falha desta, quanto à tal responsabilidade, como previsto no artigo 32, do CPDC, o que gerou a determinação do juízo a quo, em sede de sentença, para que fosse dada ciência ao MP da tutela coletiva, vez que tal situação gera prejuízo a todos aqueles que adquiriram tal aparelho de TV.

O fato é que a parte autora se viu com um produto imprestável em período muito inferior àquele previsto para sua vida útil, de 12 a 18 anos, conforme indicado no laudo pericial, laudo este não impugnado por qualquer das partes envolvidas na lide, tendo sido tal defeito proveniente de desgaste precoce do circuito/placa interno.

O certo é que, independente da validade ou não do prazo de garantia do produto, é responsabilidade do fabricante, ora apelante, assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto, na forma do disposto no artigo 32, do CDC, devendo tal oferta ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei, o que não ocorreu nos presentes autos, vez que quando da ocorrência do defeito, ou seja, um ano e doze dias após a aquisição do produto, querendo a parte autora a sua reparação, a mesma se mostrou impossível face à inexistência das peças de reposição [...].¹³⁵

É possível destacar ainda outra situação envolvendo a obsolescência de função. Em Recurso Inominado, julgado em abril de 2014, pela Primeira Turma Recursal Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, foi mantida a condenação da *Apple*, ao pagamento de indenização por danos materiais à recorrente, tendo em vista que “ em face de novo software lançado pela ré, o seu aparelho iPhone 3G se tornou inutilizável, o que configura inegável dano ao consumidor. ”¹³⁶

O acórdão reconheceu o direito da recorrente, que percebeu que alguns aplicativos, tais como: WhatsApp e Instagram, que utilizava com frequência em seu aparelho, de repente pararam de funcionar. Foi então a uma loja da empresa ré para se informar sobre o mal funcionamento do aparelho e lhe foi dito que para que voltasse a funcionar normalmente o produto precisaria passar por uma atualização em seu software, para a versão IOS 4.3 ou superior. A recorrente então tentou atualizar o aparelho inúmeras vezes, porém sem sucesso, o que fez com que o produto se

¹³⁵ BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Apelação n.º: 0006196-91.2008.8.19.0004. Quarta Câmara Cível. Apelante: Philips da Amazônia Indústria Eletrônica Ltda. Apelado: Almira Leandro de Souza Lima. Relator: Des. Sérgio Jerônimo Abreu da Silveira. Rio de Janeiro, 10, de outubro de 2011. Disponível em: <<http://www4.tjrj.jus.br/ejud/ConsultaProcesso.aspx?N=2011.001.49904>>. Acesso em: 1 jun. 2018.

¹³⁶ BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Recurso Inominado n.º: 71004479119. Primeira Turma Recursal. Recorrente: Leticia Soster Arrosi. Recorrido: Apple Incorporation. Relator Lucas Maltez Kachny, Rio Grande do Sul, 22, de abril de 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/2wyEnx4>>. Acesso em: 02 set. 2018.

tornasse imprestável. Nesse caso, a empresa foi condenada ao pagamento de valor equivalente à um novo aparelho para a recorrente.¹³⁷

Assim, conforme manifestação do relator do referido recurso:

[...] a ré torna obsoletos seus aparelhos antigos, mesmo que com pouco tempo de uso, e impõe aos seus consumidores a necessidade de adquirir um novo produto que suporte os novos programas operacionais que a requerida lança no mercado. Se trata de evidente prática abusiva e que lesa o direito do consumidor ao uso de seu aparelho antigo.¹³⁸

O artigo 12, § 2º, do CDC, enuncia que: “O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.”¹³⁹ Portanto, não se pode impedir as empresas de atualizarem seus produtos, lançando novas versões destes, o que frearia o desenvolvimento tecnológico. Entretanto, o lançamento de novos produtos não deve acarretar o fim do suporte aos antigos lançamentos, configurando assim a prática da obsolescência programada, que fere o artigo 32 do CDC, e que apesar de fomentar o consumo, é abusiva e prejudicial ao consumidor que ao adquirir um produto tem a justa expectativa de usufruir dele por período razoável. Sob essa perspectiva se posiciona Laís Bergstein:

Assim, a partir de uma análise teleológica da norma, conclui-se que, na hipótese de serem lançadas novas versões ou edições de produtos, os fornecedores deverão oferecer meios para que aqueles anteriormente adquiridos pelos consumidores permaneçam funcionando adequadamente até que precisem ser descartados em função de seu desgaste natural. As técnicas empregadas para burlar esta regra é que caracterizam a prática ilícita da obsolescência programada.¹⁴⁰

Dentre as modalidades aqui tratadas, a obsolescência psicológica é a mais distante da abusividade, por ter como essência o estímulo do “desejo pelo novo”, que é feito através da publicidade, que exerce papel crucial no comportamento do consumidor, influenciando ou determinando suas ações.

¹³⁷ BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Recurso Inominado n.: 71004479119. Primeira Turma Recursal. Recorrente: Leticia Soster Arrosi. Recorrido: Apple Incorporation. Relator Lucas Maltez Kachny, Rio Grande do Sul, 22, de abril de 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/2wyEnx4>>. Acesso em: 02 set. 2018.

¹³⁸ BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Recurso Inominado n.: 71004479119. Primeira Turma Recursal. Recorrente: Leticia Soster Arrosi. Recorrido: Apple Incorporation. Relator Lucas Maltez Kachny, Rio Grande do Sul, 22, de abril de 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/2wyEnx4>>. Acesso em: 02 set. 2018.

¹³⁹ BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em 29 mai. 2018.

¹⁴⁰ BERGSTEIN, Laís Gomes. *Obsolescência programada*: breves notas. Migalhas. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI173165,81042-Obsolescencia+programada+breves+notas>>. Acesso em: 02 set. 2018.

É sabido que a obsolescência psicológica atua no emocional do consumidor, despertando nele o desejo de dispor de seus objetos antigos, fazendo-os parecerem ultrapassados, para adquirir novos que aparentam ser mais modernos, por alterações superficiais, geralmente estéticas, em seu design. A questão reside em determinar até que ponto a publicidade que promove a obsolescência psicológica é abusiva. A promoção de um novo produto, comparando-o aos antigos e ressaltando suas qualidades exclusivas não revela nenhuma abusividade e, portanto, não é ilícita. Por outro lado, publicitar um produto, ridicularizando aqueles que não o possuem, ou que possuem produtos similares, mas obsoletos, incide na abusividade proibida pelo CDC.¹⁴¹

No entanto, a publicidade abusiva ou enganosa não está adstrita somente aos casos de obsolescência psicológica. Do mesmo modo, a promoção de um produto obsoleto, ou do qual se tenha conhecimento de que se tornará obsoleto em curto espaço de tempo, por meio de campanhas publicitárias, quando estas informações não constam na campanha, configuram omissão de informações determinantes e por consequência são consideradas publicidade enganosa. É o que ocorre na obsolescência de função, em que são suprimidas informações relativas a atualidade dos produtos, conforme traz o julgado mencionado anteriormente.¹⁴²

No mesmo caminho, no que se refere a obsolescência de qualidade, a publicidade é utilizada para induzir o consumidor a adquirir determinados produtos, desconhecendo o encurtamento de sua vida útil, ou a impossibilidade de sua reparação, sendo portanto, enganosa, tendo em vista a omissão de informações determinantes, que se fossem divulgadas, certamente influenciariam o consumidor em sua tomada de decisão.¹⁴³

Neste enfoque, diante dos casos apresentados, fica exposta a abusividade da prática da obsolescência programada, que, apesar de não estar expressamente tipificada como tal, ao ser utilizada, viola os princípios e direitos do consumidor apontados no decorrer do trabalho, aproveitando-se de sua fragilidade e transgredindo os limites impostos a superioridade do fornecedor. Apesar de ser uma prática de difícil constatação, é inegável que, devido aos seus

¹⁴¹ NEVES, Julio Gonzaga Andrade. A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.revistadostribunais.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2018, p. 17.

¹⁴² NEVES, Julio Gonzaga Andrade. A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, vol. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.revistadostribunais.com.br>>. Acesso em: 05 mai. 2018, p. 17.

¹⁴³ CABRAL, Hideliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. *A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e da tutela do consumidor*. Disponível em: <http://www.editoramagister.com/doutrina_22860424_A_OBSOLENCIA_PROGRAMADA_NA_PERSPECTIVA_DA_PRATICA_ABUSIVA_E_A_TUTELA_DO_CONSUMIDOR.aspx>. Acesso em: 06 set. 2018

efeitos lesivos, precisa ser enfrentada e combatida. Nesse sentido, o ministro do Superior Tribunal de Justiça Luiz Felipe Salomão pronuncia-se de forma esclarecedora:

Vivemos em uma sociedade pós-moderna, de massa, de consumo de massa, onde tudo é induzido a ter vida curta, onde há necessidade de se trocar frequentemente os produtos. É necessário estabelecer um meio-termo: não barrar a evolução tecnológica, a evolução do design, a evolução das coisas como naturalmente ocorre em um regime capitalista, e, ao mesmo tempo, assegurar ao consumidor seus devidos direitos.¹⁴⁴

Ante o exposto, faz-se necessário fortalecer o direito à informação do consumidor, qualificando suas decisões de consumo, a fim de que consuma de forma consciente, filtrando os fornecedores que melhor se comportam no mercado. Em segundo lugar, é essencial reconhecer a vulnerabilidade do consumidor diante de tal prática, já que consumir é uma necessidade, e o fornecedor detém o poder de decidir como serão fabricados seus produtos, o que deixa o consumidor sujeito a abusos e violações a seus direitos, em desrespeito às imposições legais que visam protegê-lo.

¹⁴⁴ RODAS, Sérgio. CDC deve proteger consumidor da obsolescência programada, diz ministro. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-jun-25/cdc-combater-obsolescencia-programada-ministro-salomao>>. Acesso em: 03 set. 18.

CONCLUSÃO

A prática da obsolescência programada surgiu e se aperfeiçoou no mercado de consumo juntamente com a necessidade de ampliação da demanda por novos produtos, destinando-se não ao atendimento das necessidades dos consumidores, mas às necessidades do próprio mercado. A partir desse entendimento, tal estratégia mercadológica reduz a durabilidade dos produtos, promovendo o consumo em série e revelando-se como um dos pilares da atual sociedade hiperconsumista da qual fazemos parte.

Sob essa ótica, a obsolescência programada manifesta-se de diferentes formas, a fim de abarcar o maior número de relações de consumo possíveis, porém, sempre com o mesmo objetivo, estimular o consumo repetitivo. A obsolescência de função ocorre quando um produto se torna menos funcional, ou sofre depreciação em seu valor econômico em decorrência do lançamento de um novo modelo, com pequenas modificações. Por outro lado, a obsolescência psicológica age no subconsciente do consumidor, induzindo-o, por meio de estratégias de marketing e publicidade, a substituir seus produtos, em pleno funcionamento, por novos, que contam com alterações superficiais em seu design. Por fim, temos a obsolescência de qualidade, que se mostra como a mais perniciosa para o consumidor, uma vez que consiste na deliberada redução da vida útil dos produtos, seja pelo emprego de materiais aptos a se desgastarem ou falharem prematuramente ou pela irreparabilidade do produto ao apresentar vícios, seja pela ausência de componentes no mercado, ou pelo alto custo destes, o que estimula a substituição do produto ao invés de seu reparo.

Portanto, a referida prática é utilizada com vistas a impor o ato de consumo, imprimindo um ritmo frenético na substituição de bens e atendendo aos anseios dos fornecedores. Entretanto ressaltam-se os impactos negativos gerados em diferentes setores da sociedade. Dentre tais efeitos salientam-se os danos ambientais ocasionados pela superprodução, que retira sua matéria prima do meio ambiente de forma imoderada, além dos prejuízos gerados pelo descarte incorreto de resíduos, que tem crescido a níveis alarmantes, tendo em vista a rapidez com que os bens são consumidos e descartados.

Verificados os aspectos que contribuem para o surgimento e consolidação da obsolescência programada, além dos malefícios por ela causados, o presente trabalho tratou de expor os institutos presentes no ordenamento jurídico nacional capazes de afirmar seu caráter

abusivo. Ao se analisar o ordenamento jurídico brasileiro, percebeu-se que, a referida prática viola princípios constitucionais, consumeristas e dispositivos do Código de Defesa do Consumidor que constituem verdadeiras bases para a harmonização das relações de consumo e proteção aos direitos do consumidor.

Com relação aos princípios constitucionais estudados, tem-se que, tal prática fere os princípios da sustentabilidade e função social da empresa, ambos previstos na Lei Maior. Conforme abordado anteriormente, os danos ambientais causados são preocupantes, e tendem a crescer com a perpetuação dos estímulos ao consumo desenfreado. Tais estímulos obstaculizam o desenvolvimento sustentável, que se baseia no crescimento de todos os setores da sociedade, observando todas as variáveis existentes, não só a econômica, como também a ambiental, evitando um desequilíbrio que leve a uma implosão do sistema. No segundo caso, a empresa tem papel fundamental na sociedade contemporânea, pois traz soluções e oportunidades para seu meio, sendo importante agente de desenvolvimento social. Porém, entre seus objetivos principais está a obtenção de lucro, que é viabilizado por práticas como a obsolescência programada. Dessa forma, diante dos impactos negativos dessa prática, nota-se que, é preciso conciliar os objetivos da empresa com o papel que exerce sobre a sociedade, minimizando os prejuízos provocados por sua atividade.

No âmbito da legislação consumerista, especificamente no principal diploma legal voltado a defesa do consumidor, o CDC, tem-se a violação aos princípios da vulnerabilidade, informação e boa-fé objetiva. A vulnerabilidade do consumidor é pressuposto absoluto para a aplicação das leis que visam sua proteção e defesa. Partindo da constatação de que as relações de consumo são naturalmente desequilibradas, com o fornecedor em posição de supremacia, e o fornecedor em situação de fragilidade, os recursos do direito consumerista voltam-se à harmonização dessa relação e repressão de eventuais abusos contra o polo mais frágil.

A informação é um direito básico previsto pelo Código de Defesa do Consumidor, e a principal ferramenta a ser utilizada no combate à obsolescência programada, uma vez que o consumidor vai ao mercado e opta pelo que consumir baseado nas informações que lhe são fornecidas. Ante o exposto, ao se valer da prática da obsolescência programada, o fornecedor, que detém o poder sobre o processo produtivo, omite informações relevantes e determinantes para as decisões de consumo, aproveitando-se do fato de que o consumidor não detém conhecimentos técnicos a esse respeito, ficando à mercê da utilização de estratégias que decretam

antecipadamente o fim da vida útil de seus produtos, sendo, portanto, lesivas aos seus direitos. É razoável esperar que informações relativas à durabilidade e atualidade dos produtos sejam de fácil acesso ao consumidor, evitando posterior frustração das expectativas criadas por ele. Essa é a posição adotada pelos órgãos julgadores em recorrentes decisões que se referem a obsolescência programada como prática abusiva.

Nesse sentido, o poder legislativo tem se movimentado para o fortalecimento do direito à informação do consumidor, exigindo que sejam veiculadas informações referentes à expectativa de vida útil dos produtos, como vem sendo feito em outros países, de modo a criar relações de consumo mais equilibradas, com consumidores mais esclarecidos e podendo optar conscientemente por aquilo que melhor lhes atende.

O direito à informação advém do princípio da boa-fé objetiva, que tem como finalidade a promoção da lealdade e transparência entre os agentes nas relações de consumo, repreendendo atitudes prejudiciais, que visem ludibriar ou se aproveitar da vulnerabilidade do consumidor. Tal princípio é visivelmente afetado pela prática da obsolescência programada, já que se vale da vulnerabilidade do consumidor, frustrando suas expectativas, omitindo informações relevantes e infligindo desvantagens manifestamente indevidas no momento em que impõe o ato de consumo.

Faz-se necessário promover a transparência e confiança nas relações de consumo, cumprindo com as premissas do princípio da boa-fé objetiva e amenizando o desequilíbrio entre os polos, objetivos claros da Política Nacional das Relações de Consumo, disposta no artigo 4º, do CDC. Deve-se repreender a irreparabilidade dos produtos, causada pela ausência de meios de reparação, o que desencoraja o consumidor a prosseguir utilizando seus produtos e fomenta o descarte inconsciente e posterior consumo de novos bens. Além disso, é imprescindível atentar para a publicidade abusiva, pois fomenta o consumo desmedido, e no ímpeto de vender os produtos a todo custo, suprime informações relevantes ao consumidor, sendo uma importante ferramenta para o sucesso da obsolescência programada. Inobstante, em virtude do atual dinamismo de informações, a publicidade alcança todos os tipos de consumidores, incluindo aqueles com vulnerabilidade acentuada, como crianças, que acabam moldadas pela indústria, tornando-se agentes de consumo precocemente.

Diante de todo o exposto, o que deve ser perseguido é o equilíbrio entre os objetivos dos fornecedores, de maximizarem seus ganhos, e dos direitos dos consumidores, de consumirem produtos que estejam de acordo com suas expectativas e em conformidade com o prometido em

suas ofertas. Não se pode frear o progresso tecnológico, o que, para a sociedade, seria tão prejudicial quanto a obsolescência programada. Destarte, resta confirmada a abusividade de tal prática, pois, ainda que não esteja expressamente tipificada no Código de Defesa do Consumidor como prática abusiva, infringe regras e princípios de proteção ao consumidor, excedendo os limites impostos à atuação do fornecedor no mercado de consumo. Contudo, tal prática pode ser enfrentada e reprimida, através do fortalecimento e efetivação de direitos básicos do consumidor, a fim de garantir a harmonização das relações de consumo.

BIBLIOGRAFIA

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. et al. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. *O controle jurídico da publicidade*. Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor, vol. 3, p. 01-44, abr. 2011b. Disponível em: <<http://www.revistadostribunais.com.br>>.

BERGSTEIN, Laís Gomes. *Obsolescência programada*: breves notas. Migalhas. Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI173165,81042-Obsolescencia+programada+breves+notas>>.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 335 de 2015. Disciplina a oferta de peças e componentes de veículo automotor de via terrestre ao consumidor. Brasília, 11 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=946596>>.

BRASIL. Constituição Federal de 1988. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>.

BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>.

BRASIL. Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm>.

BRASIL. Primeira Turma de Recursos da Comarca da Capital/SC. Recurso Inominado n. 2013.100261-0. Recorrente: Dell Computadores do Brasil Ltda. Recorrido: Maurício Machado Gonçalves. Relator: Juiz Alexandre Moraes da Rosa. Capital, 07, de março de 2011. Disponível em: <<http://emporiododireito.com.br/leitura/obsolescencia-programada-violado-direito-a-informacao-e-constitui-pratica-abusiva>>.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 984.106 – SC (2007/0207915-3). Recorrente: Sperandio Máquinas e Equipamentos LTDA. Recorrido: Francisco Schlager. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Brasília, 4 de outubro de 2012. Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/doc.jsp?id=1233586>>.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Apelação nº.: 0006196-91.2008.8.19.0004. Quarta Câmara Cível. Apelante: Philips da Amazônia Indústria Eletrônica Ltda. Apelado: Almira Leandro de Souza Lima. Relator: Des. Sérgio Jerônimo Abreu da Silveira. Rio de Janeiro, 10, de outubro de 2011. Disponível em: <<http://www4.tjrj.jus.br/ejud/ConsultaProcesso.aspx?N=2011.001.49904>>.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Recurso Inominado n.: 71004479119. Primeira Turma Recursal. Recorrente: Leticia Soster Arrozi. Recorrido: Apple Incorporation. Relator Lucas Maltez Kachny, Rio Grande do Sul, 22, de abril de 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/2wyEnx4>>.

CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. *A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e da tutela do consumidor*. Disponível em: <http://www.editoramagister.com/doutrina_22860424_A_OBSOLENCIA_PROGRAMADA_NA_PERSPECTIVA_DA_PRATICA_ABUSIVA_E_A_TUTELA_DO_CONSUMIDOR.aspx>.

CALDEIRA, Mirella D'Angelo; ALVARES, Juliana P. de Almeida. *O dever de informar no Código de Defesa do Consumidor e a inclusão social dos deficientes visuais*. Revista Mestrado em Direito, Osasco, n. 2, p. 123-143, 2007. Disponível em: <<http://132.248.9.34/hevila/Revistamestradoemdireito/2007/vol7/no2/7.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU. Parecer. “*Por um consumo mais sustentável: O ciclo de vida dos produtos industriais e informação do consumidor a bem de uma confiança restabelecida*”. CMMI/12. Ciclo de vida dos produtos e informação ao consumidor. Relator Thierry Libaert e Correlator Jean Pierre Haber. Bruxelas, 17 de outubro de 2013, p. 2. Disponível em: <https://dm.eesc.europa.eu/eesc/2013/_layouts/WordViewer.aspx?id=/eesc/2013/10001999/1904/ces1904-2013_00_00_tra_ac/ces1904-2013_00_00_tra_ac_pt.doc&DefaultItemOpen=1&Source=http%3A%2F%2Fdm%2Eeesc%2Eeuropa%2Eeu%2Feescdocumentsearch%2FPages%2Fopinionsresults%2Easpx%3Fk%3Dciclo%2520de%2520vida>.

CORNETTA, William. *A obsolescência como artifício usado pelo fornecedor para induzir o consumidor a realizar compras repetitivas de produtos e a fragilidade do CDC para combater esta prática*. 2016. 187 f. Tese (Doutorado em Direito) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Direito, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/19874/2/William%20Cornetta.pdf>>.

COSTA, Daniela Viegas da; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. *Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des)articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do Estado e das empresas*. Revista de Administração Mackenzie, São Paulo, v. 12, p. 114-145, mai./jun. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ram/v12n3/a06v12n3.pdf>>.

DANNORITZER, Cosima. *Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada*. Documentário. Espanha: Arte France – Televisión Española, Televisión de Catalunya em coproducción com Article Z media 3.14, 2010. Duração: 52 min. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=o0k7UhDpOAO>>.

Declaração do Rio de Janeiro. *Estud. av.*, São Paulo, v. 6, n. 15, p. 153-159, ago. 1992. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141992000200013&lng=en&nrm=iso>.

DINIZ, Maria Helena. *Dicionário jurídico*. São Paulo: Saraiva, vs. 2-4, 1998.

EFING, Antônio Carlos. et al. *Reflexões sobre o tratamento jurídico da obsolescência programada no Brasil: Implicações ambientais e consumeristas*. Revista Novos Estudos Jurídicos, Itajaí, v. 21, n. 3, p. 1266-1292, set./ dez. 2016. Disponível em: <<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/nej/article/view/9698/5449>>.

El Tiempo. Francia abre uma investigación a Epson por ‘obsolescencia programada’. Disponível em: <<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/investigacion-a-epson-por-obsolescencia-programada-en-francia-165940>>.

Exposição de Motivos do Código de Defesa do Consumidor. Diário do Congresso Nacional, Seção II, 3 de maio de 1989, p. 1663.

FRANCO, Marielza Brandão. *O Superendividamento do Consumidor*. Fenômeno Social que Merece Regulamentação Legal. Revista do Instituto Brasileiro de Direito, Ano I, n. 10, p. 6033-6053, 2012. Disponível em: <http://cidp.pt/publicacoes/revistas/ridb/2012/10/2012_10_6033_6053.pdf>.

FRASÃO, Stanley Martins. *A responsabilidade civil do administrador da sociedade limitada*. Belo Horizonte: Faculdade de Direito Milton Campos, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Ciclo de vida de eletroeletrônicos*. Outubro 2013. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/testes_pesquisas/pdfs/market_analysis.pdf>. Acesso em: 9 mai. 2018.

KALIL, Ana Paula Maciel Costa. *Política Nacional de Resíduos Sólidos: O Direito dos Novos Tempos*. Curitiba: Juruá, 2015.

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.

LOPES, Ana Frazão de Azevedo. *Empresa e Propriedade – função social e abuso de poder econômico*. São Paulo: Quartier Latin, 2006.

MAZUR, Paul M. *American prosperity: its causes and consequences*. London: Jonathan Cape, 1928.

MAMEDE, Gladston. *Direito empresarial brasileiro, v.1: empresa e atuação empresarial*. 10. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

MARQUES, Cláudia Lima. et al. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.

MILARÉ, Édís. *Direito do Ambiente: A gestão ambiental em foco*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

MIRAGEM, Bruno. *Consumo sustentável e desenvolvimento: por uma agenda comum do direito do consumidor e do direito ambiental*. Revista do Ministério Público do RS, Porto Alegre, n. 74, jul. 2013 – dez. 2013, p. 242. Disponível em:

<www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/.../consumo_sustentavel_e_desenvolvimento.pdf>. Acesso em: 03 set. 2018.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

NEVES, Julio Gonzaga Andrade. *A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor*. Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional, v. 23, p. 01-18, jan. 2013. Disponível em:

<<http://www.revistadostribunais.com.br>>.

NUNES, Rizzato. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

NUNES, Rizzato. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2017.

OLIVEIRA, Márcio Luís de. *A urgência da educação ambiental*. Revista brasileira de direito municipal – RBDM, Belo Horizonte, ano 16, n. 58, p. 7-9, out./dez. 2015. Disponível em:

<<http://www.bidforum.com.br>>.

PACKARD, Vance. *Estratégia do desperdício*. São Paulo: IBRASA, 1965.

PACKARD, Vance. *The waste makers*, 1961.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide. *A posição do consumidor na sociedade moderna hiperconsumista: Políticas públicas de educação para o consumo sustentável*. Revista da Faculdade de Direito do Sul de Minas, Pouso Alegre, v. 28, n. 2, 69-92, jul./dez. 2012.

Disponível em:

<<https://www.fdsu.edu.br/adm/artigos/fb2d5e70eb477493b1590ed4401d8276.pdf>>.

PRÔA, Ana Lúcia et. al. (Ed.). Pesquisa: Garanti – 45% dão defeito antes de dois anos. Revista ProTeste, Rio de Janeiro, ano XIII, n. 139, p. 26-28, set. 2014.

RODAS, Sérgio. *CDC deve proteger consumidor da obsolescência programada, diz ministro*.

Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2015-jun-25/cdc-combater-obsolescencia-programada-ministro-salomao>>.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; ANDRADE, Sinara Lacerda. *A obsolescência programada e psicológica como forma de biopoder: Perspectivas jurídicas do consumismo*. Revista Quaestio Iuris, vol. 09, nº. 04, Rio de Janeiro, 2016. p. 1771-1786. Disponível em:

<<http://www.epublicacoes.uerj.br/index.php/quaestioiuris/article/view/21252/18870>>.

SCHWARTZ, Fabio. *Direito do consumidor: Tópicos & Controvérsias*. Rio de Janeiro: Impetus, 2013.

SILVA, Júlio C. Augusto da. *Aspectos subjetivos do consumo e implicações no impacto ambiental*. In: I ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE EM PROJETO – ENSUS, 2007,

Santa Catarina. Anais. p. 01-08. Balneário Camboriú: 2007. Disponível em: <<http://enssus2007.paginas.ufsc.br/artigos-enssus-2007/>>.

SLADE, Giles. *Made to Break – Technology and Obsolescence in America*. First Harvard University Press Paperback edition, 2006.

SOUZA, Moutari Ciocchetti de. *Interesses difusos em espécie: direito ambiental, direito do consumidor e probidade administrativa*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel A. A. *Manual de direito do consumidor*, volume único. 6. ed. Rio de Janeiro: Método, 2017.

TOMASETTI JÚNIOR, Alcides. *O objetivo da transparência e o regime jurídico dos deveres e riscos de informação nas declarações negociais para consumo*. Revista de Direito do Consumidor, Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor, n. 4. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1992.

UTTERBACK, James M. *Mastering the Dynamics of Innovation*. Harvard Business School Press, 1996.

VARELA, Ana Maria Alves Rodrigues; CARVALHO, Vânia Ágda de Oliveira. *Eles querem te vender, eles querem te comprar: A obsolescência programada como óbice ao desenvolvimento sustentável e à ética do consumo no século XXI*. Revista de direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 136-152, jul. / dez. 2016. Disponível em: < <http://indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/1349/1779> >.

VIO, Daniel de Avila. *O poder econômico e a obsolescência programada de produtos*. Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro, São Paulo, v. 43, n. 133, p. 193-202, jan.-mar. 2004, p. 193-194.

ZAMBON, Antônio Carlos et al. *Obsolescência acelerada de produtos tecnológicos e os impactos na sustentabilidade da produção*. RAM, Rev. Adm. Mackenzie, São Paulo, v. 16, n. 4, p. 231-258, ago. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712015000400231>.