

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNDB
CURSO DE DIREITO

DANIEL MANDRACIO DA ROSA

**A REDUÇÃO ARTIFICIAL DA VIDA ÚTIL E A LIMITAÇÃO DA DURABILIDADE
DOS PRODUTOS:** uma análise acerca da obsolescência programada sob a ótica do Direito
do Consumidor

São Luís

2021

DANIEL MANDRACIO DA ROSA

**A REDUÇÃO ARTIFICIAL DA VIDA ÚTIL E A LIMITAÇÃO DA DURABILIDADE
DOS PRODUTOS:** uma análise acerca da obsolescência programada sob a ótica do Direito
do Consumidor

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em
Direito do Centro Universitário UNDB como requisito
parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientadora: Profa. Ma. Thais Emília de Sousa Viegas

São Luís

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Centro Universitário – UNDB / Biblioteca

Rosa, Daniel Mandracio da

A redução artificial da vida útil e a limitação da durabilidade dos produtos: uma análise acerca da obsolescência programada sob a ótica do direito do consumidor. / Daniel Mandracio da Rosa. __ São Luís, 2021.

89 f.

Orientador: Prof^a. Ma. Thais Emília de Sousa Viegas.

Monografia (Graduação em Direito) - Curso de Direito – Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB, 2021.

1. Obsolescência Programada. 2. Campanhas Publicitárias. 3. Vícios do Produto. 4. Código de Defesa do Consumidor. I. Título.

CDU 347.451.031

DANIEL MANDRACIO DA ROSA

**A REDUÇÃO ARTIFICIAL DA VIDA ÚTIL E A LIMITAÇÃO DA DURABILIDADE
DOS PRODUTOS:** uma análise acerca da obsolescência programada sob a ótica do Direito
do Consumidor

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em
Direito do Centro Universitário UNDB como requisito
parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Aprovada em 16/06/2021.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ma. Thais Emília de Sousa Viegas (Orientadora)
Centro Universitário UNDB

Esp. Paulo Renato Mendes de Souza
OAB/MA

Prof. Me. Roberto de Oliveira Almeida
Centro Universitário UNDB

À minha mãe, pai, irmãos, família e amigos.
Vocês foram fundamentais nesta jornada.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por sempre ter me abençoado, sem Ele esse momento não seria possível.

Agradeço à minha família pelo amor e apoio incondicionais. Durante os momentos de dúvidas, inseguranças e medos sempre me escutaram, aconselharam e incentivaram. Nos momentos de alegria comemoraram junto comigo. Assim, agradeço à minha mãe, Rosa, por ter sido meu porto seguro desde que consigo me lembrar, por ser fonte de amor, paciência e compreensão, por nunca ter deixado de acreditar em mim e no meu potencial, mesmo quando eu tinha dúvidas. Enfim, obrigado por todos os incontáveis esforços que fez em meu benefício, um dia espero retribuir tudo.

Agradeço ao meu pai, Emilson, por sempre ter me incentivado a continuar na jornada em busca de conhecimentos, por todos os esforços feitos para que eu chegasse até aqui, e por todos os puxões de orelha para que eu continuasse no foco.

Aos meus irmãos, Davi e Isadora, que sempre foram fonte de respeito, carinho e, sem dúvidas, de muita diversão. Amo e me preocupo muito com vocês.

Aos meus avós, Osires, Marlene e Gislainer, por sempre estarem presentes nos meus melhores e piores momentos, por sempre cuidarem de mim, por todo amor e confiança depositados em mim, por todos os aprendizados e valores que me passaram durante esses anos. Sem vocês eu não seria a pessoa que sou hoje.

Durante a caminhada universitária conheci pessoas incríveis e espero levá-las para o resto da vida, então, não poderia deixar passar em branco.

Sendo assim, agradeço ao Escritório Mendes & Lacerda. Destaco aqui a importância de Paulo Renato Mendes e Maurício Gomes Lacerda que, além de chefes, se tornaram bons amigos. O primeiro me mostrou as maravilhas do Processo Civil. O segundo me fez olhar Direito Ambiental com outros olhos. Obrigado por me ensinarem algo novo todos os dias, tanto da advocacia quanto da vida. Sou grato por toda a parceria, conselhos, compreensão e apoio.

Agradeço à minha orientadora, Thais Viegas, por ter despertado de vez o meu amor por Direito do Consumidor, me fazendo ter certeza de que esse precisava ser o objeto da minha monografia. Não estaria escrevendo sobre esse ramo do Direito se não fosse pela sua dedicação e comprometimento durante as aulas. Em segundo lugar, por ter aceitado me guiar nessa jornada, me proporcionando diversas reflexões sobre o tema.

Por fim, preciso fazer um destaque aos amigos, tanto aqueles mais antigos quanto os que fiz durante a faculdade (não vou citar nomes para não cometer a injustiça de esquecer alguém). Obrigado por nunca desistirem de mim, por todos os conselhos que me deram, por todo o apoio e por ouvirem meus diversos estresses e angústias causados pela vida acadêmica. Como sempre digo, vocês são incríveis!

Enfim, meus mais sinceros agradecimentos a todos vocês!

RESUMO

O presente estudo tem como escopo destacar a prática da obsolescência programada sob a ótica do Direito do Consumidor. Para alcançar o objetivo traçado é necessário ressaltar brevemente o surgimento dessa prática. Além disso, aborda-se o fortalecimento das relações de consumo, a influência das campanhas publicitárias para a disseminação da obsolescência planejada e as diversas formas pelas quais o fornecedor pode reduzir a vida útil dos produtos. Indo mais além, é exposto o tratamento que o ordenamento jurídico, a partir da Constituição Federal e do Código de Defesa do Consumidor, confere aos destinatários finais de produtos e serviços. De mais a mais, destaca-se o instituto jurídico dos vícios dos produtos, como forma de estabelecer uma relação entre tal arcabouço legal e a obsolescência programada. Em seguida, analisa-se os projetos de lei que se propõem a combater e regulamentar o mecanismo abordado, tanto por meio de alterações no CDC, como por criação de lei própria. Acrescenta-se que a metodologia aplicada neste estudo é a pesquisa exploratória, vez que tem o intuito de ampliar o conhecimento acerca da prática da obsolescência planejada e a necessidade de combatê-la para proteger os direitos dos consumidores. Ademais, o procedimento utilizado é a documentação indireta, de modo a usar livros doutrinários e artigos científicos publicados, além de projetos de lei apresentados no Senado Federal e Câmara dos Deputados e decisão do Supremo Tribunal Federal. Em arremate, o método abordado é o hipotético-dedutivo, partindo da premissa de que a obsolescência poderia ser abordada como sendo um vício oculto, que já possui arcabouço jurídico consolidado, e chegando à conclusão de que deve haver um instituto jurídico próprio para tratar do tema.

Palavras-Chave: Obsolescência Programada. Campanhas Publicitárias. Vícios do Produto. Código de Defesa do Consumidor.

ABSTRACT

The current study aims to highlight the planned obsolescence under the perspective of consumer law. To achieve the goal set it was necessary talk briefly about the emergence of this practice. Besides that, the strengthening of consumer relations and the influence of advertising campaigns on the dissemination of planned obsolescence and the many ways in which the supplier can reduce the useful life of the products were addressed. Going further, it was exposed the treatment that the legal system, based on Federal Constitution and the Consumer Protection Code, gives to the final recipients of products and services. Furthermore, the legal institute for product addictions stands out as a way of establishing a relationship between such a legal structure and programmed obsolescence. Then, bills of laws that aim to combat and regulate programmed obsolescence were analyzed, both through amendments to the CDC, and by creating its own law. To end, it is added that the methodology applied in this study is the exploratory research, since it was intended to expand the knowledge about the practice of planned obsolescence and the need to combat it to protect consumers' rights. In addition, the procedure used was the indirect documentation, in order to use published doctrinal books and scientific articles, beyond to bills presented in the Federal Senate and Chamber of Deputies and judged by the Supreme Federal Court. In conclusion, the approached method was hypothetical-deductive, based on the premise that the obsolescence could be approached as being a hidden addiction, which already has a consolidated legal structure and reaching the conclusion that there must be a proper legal institute to deal with the issue.

Key-Words: Planned Obsolescence. Advertising Campaigns. Product Addictions. Consumer Protection Code

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ADECON	Associação de Defesa da Cidadania e do Consumidor
ADI	Ação Direta de Inconstitucionalidade
AM	Amazonas
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
ART	Artigo
BRASILCON	Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CDEIS	Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços
CEO	<i>Chief Executive Officer</i>
CONMETRO	Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade industrial
IDEC	Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
MDB	Movimento Democrático Brasileiro
PB	Paraíba
PROCON	Programa de Proteção e Defesa do Consumidor
PSDB	Partido da Social-Democracia Brasileira
PT	Partido dos Trabalhadores
RJ	Rio de Janeiro
RO	Rondônia
RS	Rio Grande do Sul
SINMETRO	Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
SP	São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	A CONSAGRAÇÃO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA SOCIEDADE DE CONSUMO E A RELAÇÃO DA PUBLICIDADE COM O AUMENTO DA AQUISIÇÃO DE PRODUTOS	17
2.1	A origem e evolução do fenômeno da obsolescência programada	17
2.1.1	A indústria automobilística como um campo fértil para a utilização da obsolescência programada.....	23
2.2	As espécies de intervenções do fabricante na vida útil e durabilidade dos produtos comercializados.....	27
2.3	A relação entre as campanhas publicitárias e a obsolescência programada na sociedade de consumo e as consequências para o consumidor.....	34
3	A PROTEÇÃO LEGAL DO CONSUMIDOR CONFERIDA PELO ORDENAMENTO BRASILEIRO E A MANIFESTAÇÃO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO	41
3.1	A proteção constitucional do direito do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro e os pressupostos da relação consumerista que autorizam a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor.....	41
3.2	Princípios aplicáveis na relação jurídica de consumo como forma de proteger o consumidor e a função da Política Nacional das Relações de Consumo	47
3.3	O tratamento conferido pelo Código de Defesa do Consumidor aos vícios dos produtos e a relação com a obsolescência programada	51
4	A ATUAÇÃO ESTATAL NA GARANTIA DA DURABILIDADE DOS PRODUTOS E OS MECANISMOS DESTINADOS A REGULAMENTAÇÃO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO.....	57
4.1	Vida útil e durabilidade: a intervenção estatal para garantir a durabilidade dos produtos colocados no mercado de consumo, as diferentes espécies de bens consumíveis e a obsolescência planejada.....	57
4.2	O tratamento da obsolescência programada através de alterações no Código de Defesa do Consumidor	64

4.3	A jornada legislativa em busca da regulamentação da obsolescência planejada: os projetos de lei destinados ao combate da redução artificial da vida útil e durabilidade dos produtos	74
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	80
	REFERÊNCIAS	85

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca explorar a prática da obsolescência programada na perspectiva do Direito do Consumidor como forma de verificar se o referido mecanismo se mostra lesivo aos direitos consumeristas e, portanto, devendo ser combatido.

Primeiramente, conforme se demonstrará no decorrer do estudo, a obsolescência planejada consiste, basicamente, na proposital intervenção do fabricante na vida útil do bem por ele produzido no sentido de reduzir-lhe tal lapso e a durabilidade deste para fazer com que o consumidor seja pressionado a descartá-lo antes do tempo necessário caso o produto não tivesse sofrido a interferência (MORAES, 2015, p. 51).

Os primeiros relatos de discussões sobre o termo obsolescência programada (ou planejada) encontram seu marco inicial a partir dos anos 1929, período da Grande Depressão enfrentada pelos Estados Unidos em decorrência da quebra da Bolsa de Nova York. Nessa época, a prática tinha o único intuito de servir como possível estratégia para superar a crise econômica, na medida em que se aumentaria as vendas e conseqüentemente os lucros, incentivando, ainda, um consumo constante. Antes disso, embora não se utilizasse o termo mencionado anteriormente, as inovações anuais introduzidas nos veículos pela indústria automobilística, em especial pela Ford e a General Motors, já potencializavam o consumo repetitivo atraindo cada vez mais compradores.

Com o passar dos anos e a evolução dos vínculos sociais, da tecnologia e da relação de consumo o artifício continuou sendo usado e aperfeiçoado. Com o crescimento e fortalecimento da indústria publicitária os fornecedores começaram a dialogar com a massa consumerista através de campanhas publicitárias, seduzindo o consumidor a comprar cada vez mais e, muitas vezes, por uma falsa necessidade propagada pelo fornecedor através dos anúncios.

Deste modo, o setor publicitário pode ser visto como um catalisador para o aprimoramento da técnica retromencionada, logo, as empresas continuam até os dias atuais diminuindo propositalmente a vida útil dos aparelhos, fato que pressiona o consumidor a adquirir uma versão mais atualizada e, conseqüentemente, mais cara do produto. Sabe-se que o mercado funciona com uma lógica de oferta e demanda de bens, sendo assim, as empresas lançam diversos produtos de qualidade e modelos variados e, ao mesmo tempo, investem em anúncios repetitivos na intenção de conquistar o comprador para que ele adquira determinado objeto.

Em complementação a tais fatores, ressalta-se que essa supervalorização do ato de consumir ocasionou um aprimoramento das relações de consumo. Observando todos esses fatos, bem como a vulnerabilidade do consumidor em relação ao fornecedor, haja vista que a maior preocupação das empresas está voltada para a obtenção de lucro, deixando, muitas vezes, o cuidado com o adquirente e seus direitos em segundo plano, o legislador pátrio criou um arcabouço jurídico para tratar especificamente das relações de consumo, estabelecendo direitos e deveres para cada parte da relação como forma de equilibrar seus interesses.

Ademais, embora haja um ecossistema jurídico que preveja a proteção do destinatário final de produtos e serviços contra diversas práticas abusivas/lesivas aos seus direitos, a legislação pátria nada menciona sobre a obsolescência programada e a doutrina pouco aborda o tema. Outro ponto a ser destacado é que, atualmente, poucas são as ações fundamentadas na obsolescência programada que são levadas ao conhecimento do Poder Judiciário, logo, poucos são os precedentes, não havendo sequer jurisprudência consolidada sobre a temática.

Frente a esse contexto marcado pelo silêncio legislativo e primando pela proteção consumerista, pergunta-se: sob a ótica do Direito do Consumidor, é necessária a criação de um arcabouço jurídico específico para tratar da obsolescência programada ou a legislação brasileira já possui os mecanismos necessários para regulamentar a prática?

Pois bem, na busca de uma resposta ao questionamento formulado, divide-se a pesquisa em objetivos específicos para melhor abordar a temática proposta. O primeiro objetivo consiste em analisar o surgimento e fortalecimento da obsolescência planejada. Desta forma, no primeiro capítulo, destaca-se o contexto histórico que levou ao surgimento da prática retromencionada, a participação da indústria automobilística para o seu aperfeiçoamento, a relação entre as campanhas publicitárias e o aumento do consumo de bens. Por fim, aborda-se, ainda, as diversas espécies de intervenção do fornecedor na vida útil dos bens colocados no mercado.

Num segundo objetivo se explora a proteção conferida ao consumidor pelo ordenamento jurídico brasileiro. Para tanto, o segundo capítulo preocupa-se em falar de questões de cunho meramente legal, isto é, a consagração da proteção aos direitos dos consumidores como direito fundamental pela Constituição Federal e a repercussão desse fato. Além disso, aborda-se pressupostos objetivos e subjetivos da relação jurídica de consumo, os princípios como vulnerabilidade, boa-fé objetiva, educação e informação previstos na Política Nacional das Relações de Consumo e a função de tal política. Em arremate, menciona-se a

abordagem do Código de Defesa do Consumidor aos vícios dos produtos, na tentativa de evidenciar uma possível relação entre tal instituto jurídico e a obsolescência programada.

O último objetivo específico tem como escopo ressaltar a necessidade de combater e/ou regulamentar a obsolescência planejada, sob a ótica do Direito do Consumidor. Dessa forma, ressalta-se o dever de intervenção do Estado na relação consumerista como forma de garantir a durabilidade dos produtos. Menciona-se, ainda, as diferentes espécies de produtos e as noções de durabilidade em relação a cada uma. Em seguida, aborda-se a possibilidade de tratar a obsolescência planejada através de alterações do Código de Defesa do Consumidor propostas pelos projetos de lei nº 2.833/2-13 e 7.875/2017, e a proposta elaborada por Marco Aurélio Zeferino. Por fim, destaca-se a alternativa de combater a referida prática comercial através de legislação específica, conforme proposta dos projetos de lei nº 5.367/2013 e 3.903/2015, explicando, também, a competência para legislar sobre as relações de consumo.

Avançando, insta mencionar que a presente pesquisa versa sobre assunto atual. É importante o estudo desse assunto para que haja uma compreensão maior e mais aprofundada, de forma que seja possível distinguir, sob a perspectiva de princípios e direitos consumeristas, quais as ações são legítimas e quais condutas se mostram ilegais/abusivas na relação fornecedor-consumidor, pois não se pode permitir que os compradores entrem numa relação abusiva, abdicando de seus direitos para que assim consigam desfrutar de qualquer produto ou bem ofertado, visto que possuem uma vasta proteção que deve ser respeitada.

No meio social a importância é ainda maior, uma vez que, para evitar que a relação consumerista se torne abusiva por parte das empresas, o consumidor deve saber sobre seus direitos, bem como exigir a efetivação de tais garantias por parte dos fornecedores. Ademais, na medida em que novas práticas ganham destaque cabe ao direito paralelamente atualizar-se com a finalidade de continuar garantindo o gozo de direitos para a sociedade consumerista. Dessa forma, deve-se fomentar o debate de temas como o aqui exposto, na tentativa de conscientizar os usuários de bens e produtos acerca de seus direitos, bem como combater práticas comerciais abusivas.

Por fim, a relevância pessoal é evidenciada quando se lembra que a relação entre empresas e consumidores é cada vez maior, e grande parcela da sociedade caracteriza-se como consumidor de algum tipo de produto ou serviço, tanto de maneira direta, como de forma equiparada. Soma-se a isso o fato de que, na posição de estudante de Direito, verifica-se diariamente casos de abusos na relação tutelada pelo Código de Defesa do Consumidor em decorrência de ações das empresas, que se valem da ignorância dos seus clientes acerca da Lei

nº 8.078/1990. Além disso, na posição de futuros aplicadores do Direito, devemos saber combater tais abusos, como forma de garantir segurança jurídica aos necessitados.

Indo mais além, a metodologia aplicada neste estudo é a pesquisa exploratória. Adota-se tal metodologia com o objetivo de desenvolver e facilitar o entendimento de conceitos e ideias intrinsecamente relacionadas a uma prática cada vez mais evidente na sociedade, permitindo ampliar futuros debates. Ademais, em relação ao tipo de procedimento, utiliza-se a técnica de documentação indireta, mais especificamente a pesquisa bibliográfica e documental, a partir de materiais já publicados, tais como livros doutrinários, artigos científicos e projetos de lei apresentados ao Senado Federal e à Câmara dos Deputados. Ao final, no que diz respeito ao método adotado é o hipotético-dedutivo, partindo da hipótese que a obsolescência poderia ser abordada como sendo um vício oculto, que já possui arcabouço jurídico consolidado (MARCONI; LAKATOS, 2003).

2 A CONSAGRAÇÃO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA SOCIEDADE DE CONSUMO E A RELAÇÃO DA PUBLICIDADE COM O AUMENTO DA AQUISIÇÃO DE PRODUTOS

O presente capítulo do estudo tem como escopo esclarecer o surgimento, o fortalecimento e a consolidação da obsolescência programada, para tanto, divide-se tal momento em três seções para melhor abordar o tema explorado, bem como para que se possibilite uma melhor compreensão por parte do leitor. Na primeira seção, busca-se evidenciar, brevemente, o surgimento e a evolução do fenômeno da obsolescência planejada, isto é, o contexto do momento em que ela teve origem e os motivos que levaram ao seu fortalecimento. Em complementação a isso, através de uma subseção, destaca-se os reflexos da disputa entre a Ford e a General Motors no setor automobilístico, bem como a influência do Fordismo para o aperfeiçoamento da produção de bens e da própria técnica retromencionada.

Posteriormente serão abordadas as diversas formas pelas quais o fornecedor pode reduzir artificialmente a vida útil dos produtos, dando ênfase nas obsolescências de qualidade, de função e de desejabilidade, diferenciando-se, ainda, a obsolescência natural e a planejada. Por fim, na terceira seção, busca-se evidenciar e entender em que medida a publicidade se relaciona com o mecanismo em apreço e quais as consequências desta relação para o consumidor.

2.1. A origem e evolução da obsolescência programada

Como forma de melhor compreender a obsolescência programada e seus reflexos para a sociedade consumerista, faz-se mister entender, a partir desta breve seção, sua origem e os motivos que ocasionaram o seu surgimento, bem como os eventos que fizeram com que esta técnica ganhasse visibilidade, além de destacar o primeiro caso de efetiva aplicação da obsolescência planejada em um produto comercializado no mercado de consumo.

Desde os primórdios das relações de consumo, o desenvolvimento de produtos tinha como objetivo uma alta durabilidade, isto é, os bens eram pensados e desenvolvidos para atender as necessidades dos consumidores, especialmente em relação a um sentimento de segurança, pelo máximo de tempo possível, logo, produto de qualidade era aquele que mais durava, proporcionando maior segurança aos usuários (BAUMAN, 2008, p. 44). Na medida em

que as relações sociais ganhavam novos contornos e surgiam novos desejos, o intervalo na troca de produtos sofreu uma drástica diminuição, a alta durabilidade deixou de ser atraente para os consumidores e foi surgindo uma busca por um consumo cada vez mais imediatista (BAUMAN, 2008, p. 45). Com isso, ganha destaque a noção de produto obsoleto, ou seja, aquele “que já não se usa [...]” (HOUAISS; VILLAR, 2009, p. 535).

Os fornecedores, ao observarem esse novo comportamento de seus clientes, perceberam que estender ao máximo a duração dos bens não era mais tão rentável, visto que se o produto durasse por longos períodos não haveria a necessidade de o consumidor voltar a adquirir mercadorias semelhantes tão cedo, o que acabaria impactando negativamente na economia e na manutenção das próprias indústrias. Sendo assim, o consumo constante a curto prazo se torna o foco para manter o mercado em movimento e, conseqüentemente, aumentar o lucro dos donos das indústrias. Nesse sentido, em 1930 “[...] a durabilidade começou a ser propagada como algo antiquado, não mais refletindo as necessidades dos consumidores da época.” (ESPAÑA *apud* CORNETTA, 2017, p. 40).

Na década de 30, portanto, os donos das indústrias buscaram manter a constância do consumo através do incentivo à insatisfação dos clientes em relação a alta durabilidade dos produtos. Com isso, percebeu-se que ao reduzir propositalmente a durabilidade dos bens o consumo poderia ser controlado. Sendo assim, ganha notoriedade a conceituação de obsolescência planejada formulada por Kamila Guimarães de Moraes, para quem essa técnica consiste na “[...] redução artificial da durabilidade dos bens de consumo, para que induza os consumidores a adquirirem produtos substitutos antes do necessário e, por consequência, com mais frequência do que normalmente o fariam” (MORAES, 2015, p. 51), ou seja, os produtos satisfaziam as necessidades dos consumidores por um período menor e, logo depois, paravam de funcionar com a mesma eficiência que possuíam, tornando-se obsoletos e fazendo com que os compradores insatisfeitos tivessem que trocá-los por novos. Isso demonstra um ciclo de consumo: o usuário compra e utiliza o bem, o produto perde a eficiência/torna-se obsoleto, o consumidor é levado a substituí-lo por um novo produto, e assim sucessivamente.

Essa tática foi se aperfeiçoando com o passar dos anos, de modo que Giles Slade (2007, p. 7), em uma reflexão através da sua obra “*Made to break: technology and obsolescence in América*”, observa que na América do Norte e no restante do mundo, diferente do que ocorria na cultura egípcia, onde o desenvolvimento de seus artefatos priorizava uma alta durabilidade destes aos efeitos e desgastes do tempo, tudo parece ser feito com uma espécie de prazo de validade, se “autodestruindo” após determinado período. Ou melhor, os produtos parecem ser feitos para durarem apenas enquanto suas novas e “melhoradas” versões ainda não chegaram

no mercado de consumo, logo, quando tais objetos começam a ser comercializados, os antigos – que já cumpriram seu papel – se tornam ineficientes ou defeituosos.

Para além, em relação ao efetivo surgimento dos debates sobre a obsolescência programada, Slade destaca que durante a grande crise econômica enfrentada pelos Estados Unidos ocasionada pela quebra da Bolsa de Nova York tais discussões ganharam destaque. Nesse contexto, o referido autor cita Bernard London como um dos grandes defensores dessa técnica de redução da duração dos bens. London defendia a ideia de que para a superação da crise, o Estado, através de um corpo de profissionais especializados e qualificados, deveria estabelecer um prazo de vida útil para cada mercadoria como medida econômica obrigatória. Uma vez decorrido o lapso temporal estabelecido, o órgão mencionado seria responsável pela destruição dos bens, ainda que estivessem funcionando adequadamente. Além das funções já destacadas, o órgão estatal seria incumbido de determinar sanções para quem se recusasse a entregar o produto para destruição após o fim do prazo fixado, bem como recompensaria aqueles que não se opusessem e cumprissem com a obrigação imposta (SLADE, 2007, p. 75).

Analisando a ideia de Bernard London, William Cornetta entende que para aquele autor “esse tipo de obsolescência planejada teria como função servir de reserva de receita para distintos atores: o governo, por meio de impostos; os fabricantes, pela receita da venda de novos produtos; e as pessoas, com garantia de salários” (CORNETTA, 2017, p. 31). Sendo assim, pode-se evidenciar que a ideia de London visava a criação de empregos, bem como beneficiaria diretamente o Estado, na medida em que lhe possibilitaria tributar mais produtos, aumentando a arrecadação de receita aos cofres públicos, fatos que somados diminuiriam os efeitos da crise.

Algum tempo após London publicar sua ideia, mais especificamente em 1947, Paul M. Gregory, observando o comportamento do mercado de consumo, formulou o conceito de uma “obsolescência intencional”. Analisando as ideias de Gregory, William Cornetta conclui que

A obsolescência intencional ocorre sempre que os fabricantes, propositadamente, produzem bens com uma vida útil mais curta do que poderiam, em condições tecnológicas e com os mesmos custos existentes; ou sempre que fabricantes/vendedores induzam o público a substituir os bens que ainda têm substancial utilidade física (CORNETTA, 2017, p. 34).

Ressalta-se que a instrumentalização desse tipo de obsolescência se deu através da utilização de materiais mais baratos na confecção de mercadorias, reduzindo os custos de produção para manter a margem de lucro esperada. A consequência dessa estratégia de produção foi a diminuição da qualidade e longevidade dos materiais produzidos, obrigando o consumidor a realizar a troca dos bens com uma maior frequência (CORNETTA, 2017, p. 34).

Analisando tais fatos, bem como o próprio conceito da obsolescência intencional de Paulo M. Gregory, pode-se perceber que, para o autor, essa técnica deveria estar relacionada com a intenção de o fornecedor produzir um bem de baixa qualidade, isto é, ele possuía condições e recursos para fabricar algo de melhor desempenho, mas optou por vender um objeto subdesenvolvido.

Já na década de 1950, o industrial americano Brooks Stevens, inspirado pelas ideias de Bernard London, escreveu um artigo intitulado *“The Desire Of The New”*. Nessa obra, Stevens defende a existência não de um prazo de validade dos produtos propriamente dito, mas sim de um constante desejo dos próprios consumidores por algo que seja sempre mais moderno, mais atualizado (SLADE, 2007, p.153). Dessa forma, para Stevens, a constante troca de bens e produtos deveria ser analisada a partir da premissa de que a própria sociedade de consumidores estava numa constante procura por objetos mais novos, fazendo com que perdessem o interesse rapidamente nas versões anteriores dos bens (MORAES, 2015, p. 57).

Em complementação, ao se debruçar sobre os escritos de Stevens, Kamila Guimarães de Moraes explica que a obsolescência planejada “[...] não seria imposta aos consumidores, mas apresentada como um instrumento para a satisfação dos desejos humanos” (MORAES, 2015, p. 57). Mais à frente a autora tece uma crítica em relação a essa ideia, pois considera que

“[...] o discurso de Stevens busca retirar a responsabilidade do produtor, transferindo-a ao consumidor, sob a roupagem de ‘livre escolha’, isto é, substituir um produto ‘velho’ ainda útil por um mais novo não seria mais uma imposição de quem produz, mas uma ‘opção’ de quem consome” (MORAES, 2015, p. 58).

Desta maneira, para a autora, estudar a obsolescência programada visualizando apenas o comportamento dos consumidores e excluindo a relevância das condutas dos fornecedores seria um equívoco, pois esses alimentam e manipulam o desejo pelo novo que aqueles possuem, dando a falsa sensação de que a troca do produto foi uma escolha exclusiva do comprador, quando na verdade essa opção sofreu interferência do fabricante (MORAES, 2015, p. 58).

De mais a mais, ao comparar as lições de Bernard London e Brooks Stevens, Pedro Machado Segall destaca uma característica fundamental dos modelos teóricos, qual seja, a tática utilizada para que o consumidor trocasse o produto. Enquanto London defendia, de maneira radical, que essa substituição se desse por meio de uma imposição do Estado, sendo uma verdadeira obrigação legal, Stevens propunha que o consumidor não deveria ser obrigado a consumir, mas sim seduzido (SEGALL, 2018, p. 31). Portanto, enquanto para London o comprador teria a obrigação de substituir os produtos dentro de determinado prazo, para

Stevens, o ato de substituir o bem deveria partir de uma vontade do comprador, logo, a obsolescência programada estava diretamente relacionada a um elemento volitivo do consumidor.

Nesse contexto da obsolescência explicada por Stevens, pode-se evidenciar que as variadas campanhas publicitárias desenvolveriam papel crucial em relação ao consumo, posto que, como se verá em momento adequado, a constante busca do consumidor pelo novo encontra nos intensos anúncios atribuídos a determinado produto um catalisador para o sentimento de insatisfação em relação a manutenção do bem por longos períodos. Isso ocorre porque a ação de consumir precisa dessa insatisfação, pois sem ela “[...] a demanda de consumo logo se esgotaria e a economia voltada para o consumidor ficaria sem combustível” (BAUMAN, 2008, p.64-65). Além disso, essa repetida frustração dos consumidores se dá justamente pela publicidade, pois como bem observa Jean Baudrillard, ela “[...] revela-se talvez como o mais notável meio de comunicação de massas da nossa época” (BAUDRILLARD, 1929, p. 131). Deste modo, a publicidade e a obsolescência planejada se relacionam diretamente.

Ademais, Joelma Telese Pacheco Conceição, Márcio Magera Conceição e Paulo Sérgio Lopes de Araújo destacam que a partir dos anos 50 as empresas viram na indústria publicitária uma oportunidade de estenderem o alcance de seus produtos, estreitando a relação entre a redução da vida útil dos aparelhos e a publicidade (CONCENIÇÃO; CONCEIÇÃO; ARAÚJO, 2014). Desta forma, a insatisfação dos consumidores se tornou um importante fator para que os fornecedores utilizassem a obsolescência programada para aumentar os seus lucros.

Desde então, na tentativa de captar o maior número de clientes possíveis, as empresas travam batalhas para anunciar seus produtos em eventos com grande visibilidade. Um exemplo desse fato são os anúncios veiculados no intervalo do Superbowl – final do campeonato de futebol americano dos Estados Unidos. Trata-se de um dos maiores eventos mundiais em termos de audiência. Para que determinada marca divulgue seus produtos em alguns poucos segundos durante o intervalo, precisa estar disposta a desembolsar alguns milhões de dólares. A título informativo, em 2019 cobrou-se US\$ 5,25 milhões (o que, se convertido para a moeda pátria, ultrapassa o valor de R\$ 27 milhões de reais) por apenas 30 segundos, de acordo com levantamento feito pelo site *Época Negócios* (2019).

Indo mais além, em relação ao primeiro caso de efetiva utilização da prática aqui delineada em produtos comercializados no mercado de consumo, o documentário *“The Light Bulb Conspiracy”* (2010), esclarece que se deu no ramo das lâmpadas. A primeira lâmpada que foi comercializada no ano de 1881 tinha capacidade de duração de 1.500 (mil e quinhentas) horas. Já em 1924, havia no mercado lâmpadas com duração de 2.500 (duas mil e quinhentas)

horas, contudo, algum tempo depois, ainda em 1924, frente à constatação de diminuição nas vendas a curto prazo, criou-se um cartel (Cartel Phoebus), composto por grandes industriais do ramo com a única finalidade de diminuir a duração das lâmpadas, como forma de estimular o consumo constante do produto em questão.

Pode-se dizer que o referido grupo econômico cumpriu seu objetivo, fato que pode ser percebido até hoje, haja vista que “na atualidade, após anos de evolução, as lâmpadas têm apenas 1.000 (mil) horas de vida útil” (CORNETTA, 2017, p. 133). Ainda destacando as palavras de William Cornetta sobre o assunto, tem-se que

A prática constatada no Cartel de Phoebus é um caso de obsolescência programada porque, no caso das lâmpadas, reduziu a qualidade dos componentes do produto para diminuir a sua vida útil, fazendo com que os consumidores realizassem compras repetitivas em um prazo inferior ao que o estado da técnica da época permitia (CORNETTA, 2017, p. 138).

Os ensinamentos do autor supramencionado deixam claro que a obsolescência programada se manifesta na medida em que o fornecedor, apesar de possuir condições para produzir algo duradouro, escolhe empregar técnicas e materiais que reduzam a vida útil do produto.

Para além, é necessário entender o assunto aqui abordado como um revérbero do próprio sistema capitalista, surgido num momento de necessidade de manutenção da economia. Conforme esse sistema se consolidou pelo mundo, diversas consequências surgiram, um desses reflexos foi o aprimoramento da massificação da produção industrial já existente graças à Revolução Industrial. Deste modo, esse momento revolucionário histórico “trouxe um crescimento do conhecimento técnico e os setores de transporte, comunicação e produção ganharam um grande impulso.” (CONCEIÇÃO; CONCEIÇÃO; ARAÚJO, 2014, p. 6). Frente a esses acontecimentos a sociedade de consumo e a própria obsolescência programada ganharam forças para se manter e evoluir até a atualidade.

Em conclusão ao que foi exposto até o presente momento, importante mencionar que o incentivo à insatisfação relacionada com a alta durabilidade dos bens e a constante busca por produtos exclusivos encontraram na indústria automobilística um campo fértil para a aplicação e aprimoramento da obsolescência, dando origem a uma variação dessa técnica, qual seja, a obsolescência psicológica. Sendo assim, insta tecer algumas considerações em relação a esses fatos.

2.1.1. A indústria automobilística como um campo fértil para a utilização da obsolescência programada

Como destacado anteriormente, a obsolescência programada ganhou notoriedade no cenário internacional durante o período da Grande Depressão de 1929, na medida em que era vista como uma estratégia para aumentar as vendas e, conseqüentemente, os lucros, fazendo com que o mercado se mantivesse em constante movimentação para a superação da forte crise instalada nos Estados Unidos. Nesse contexto de crise, é imperioso ressaltar o modelo de produção proposto por Ford, bem como a atuação da General Motors nesse momento histórico. Desta forma, a presente subseção tem como escopo evidenciar a relação existente entre o setor automobilístico e a utilização da redução proposital da vida útil dos bens.

Com o passar dos anos, a obsolescência planejada não foi enfraquecida, pelo contrário, ela começou a ganhar cada vez mais espaço na fabricação e desenvolvimento de produtos, ou seja, aquilo que se pensou ser algo temporário para a superação de uma crise, tornou-se uma prática basilar das relações consumeristas do sistema capitalista para a movimentação do mercado de consumo. Sendo assim, as empresas – cada vez mais – adotam com bons olhos essa prática, ainda que não admitam abertamente. Essa é a conclusão de William Cornetta, para quem

A obsolescência surgiu como algo benéfico para a sociedade, ou seja, algo que permitia o crescimento econômico e evitava crises como a Grande Depressão, de 1929. Com o avançar do tempo, o contexto e o conceito de obsolescência foram alterados; de aspecto eminentemente econômico passou a fazer parte da estratégia de negócios das empresas e do mercado de consumo (CORNETTA, 2017, p. 43).

Desta maneira, a obsolescência deixou de ter um escopo meramente econômico, isto é, deixou de ser uma tática utilizada apenas para a superação de crises, se tornando um mecanismo presente no dia a dia das empresas na incansável corrida pela maximização dos lucros e receitas. Frente a isso, as empresas lançam diversos produtos de qualidade e modelos variados numa espécie de bombardeio ao mercado. Esse processo acontece tão rápido que, ao analisar a realidade em que estamos inseridos, pode-se perceber que anualmente os fornecedores lançam novos modelos e atualizações de produtos, como forma de manter a sociedade consumindo.

Kamila Guimarães de Moraes (2015, p. 52), ao se debruçar sobre esse bombardeio de novos produtos no mercado, aduz que já em 1913, a evolução da produção de bens e o surgimento dos automóveis de partida elétrica, aliados ao desejo pelo novo inerente a qualquer

consumidor, fizeram com que a sociedade, rapidamente, se interessasse nos novos modelos de automóveis, ficando insatisfeitos com as versões “ultrapassadas”, isto é, os veículos a manivela. Portanto, para a mencionada autora “foi a partir de então que os produtores industriais passaram a perceber a força mercadológica que a introdução de novas tecnologias poderia gerar [...]” (MORAES, 2015, p. 52). Frente a isso, percebe-se que embora as discussões sobre o termo obsolescência planejada tenham iniciado somente por volta de 1929, o mercado já aplicava técnicas semelhantes para manter o consumo.

Pedro Machado Segall, na tentativa – nem tão simples – de encontrar o momento exato do surgimento da obsolescência destaca que há diversas divergências entre aqueles que estudam tal mecanismo, mas aponta que existe uma corrente que acredita ter sido Alfred Sloan, nos anos 20 e no setor automobilístico, o criador da prática aqui destacada. O argumento utilizado pelos defensores desse pensamento é que Sloan, que na época era CEO da General Motors, enxergou a possibilidade de atrair cada vez mais consumidores se incentivasse a constante troca dos modelos mediante pequenas alterações nos veículos novos e reduzisse a durabilidade dos antigos (SEGALL, 2018, p. 32). Apesar da divergência em relação ao momento de surgimento da técnica aqui exposta, não se pode deixar de considerar a relevância que a indústria dos automóveis teve para o seu desenvolvimento.

Atualmente, ao abordar temas como a evolução da indústria, grandes inovações propostas por industriais ou até mesmo evolução e adaptação da fabricação de bens ao longo do tempo é impossível não lembrar de Henry Ford e o seu revolucionário modelo de produção de veículos, que ficou mundialmente conhecido como fordismo. Deste modo, ao observar tal ideia, pode-se perceber que, embora esteja relacionada com o desenvolvimento de apenas determinados bens – veículos –, pode ser considerado um importante potencializador da massificação da produção de objetos, permitindo se falar na obsolescência programada hoje.

Conforme destacado por Wood Junior, antes de Ford a indústria automobilística não era capaz de produzir em massa de maneira eficiente, isto se dava pela grande intervenção do dono da fábrica no processo, haja vista que este acompanhava pessoalmente todas as etapas do processo de montagem de todos os veículos, engessando o processo. Outro ponto negativo destacado pelo autor supramencionado é o fato de que os trabalhadores não tinham funções preestabelecidas, logo, faziam “de tudo um pouco”, necessitando de certo tempo para aprender de maneira satisfatória as novas atribuições. A consequência destes aspectos só poderia ser um baixo volume de produção, que, por sua vez, chocava-se com altos custos para a fabricação do bem, logo, para que o dono da fábrica obtivesse lucro era necessário elevar os preços dos produtos (WOOD JUNIOR, 1992).

Nessa esteira, Henry Ford começa, paulatinamente, a introduzir suas ideias e conceitos de produção em sua fábrica na busca da otimização do processo de montagem. A grande herança e legado de Ford para a indústria foi a criação de uma linha de fabricação onde cada trabalhador tinha uma tarefa específica para a montagem do objeto, ou seja, as atribuições de cada empregado não mais se confundiam, visto que cada um tinha apenas e tão somente uma função preestabelecida, permitindo a especialização em apenas uma das etapas do desenvolvimento industrial (WOOD JUNIOR, 1992).

A consequência dessa linha de produção criada por Ford foi a redução dos custos de produção e efetiva melhoria da qualidade daquilo que era produzido (WOOD JUNIOR, 1992, p. 4). Outra característica do Fordismo com repercussões essenciais para a atualidade foi a possibilidade de fabricação em massa de qualquer objeto que desejasse, uma vez que, com a adequada divisão de tarefas entre os funcionários, o processo se tornou mais eficiente e organizado. Nesse sentido, Thomaz Wood Júnior, ao explicar o Fordismo, destaca que “as mudanças implantadas permitiram reduzir o esforço humano na montagem, aumentar a produtividade e diminuir os custos proporcionalmente à elevação do volume produzido” (WOOD JUNIOR, 1992, p. 4). Em consolidação a isso, tem-se que “os preços dos automóveis caíram consideravelmente, tornando-os muito mais acessíveis à população” (BARÃO JUNIOR; SOARES, 2020, p. 654).

Para além, o Fordismo encontrava-se “a todo vapor”, pois todas as melhorias implementadas por Ford tornaram a aquisição de um automóvel algo mais palpável, isto é, o automóvel tornou-se um bem mais barato, permitindo que mais pessoas – e não só das classes altas – pudessem adquiri-lo. O Ford modelo T, o automóvel mais vendido da empresa, se tornou um gigante da indústria, se mantendo no topo das vendas por diversos anos, de modo que a empresa se permitiu manter tal veículo por vários anos sem qualquer tipo de inovação ou atualização, fato que a certa altura começou a incomodar os consumidores, que ansiavam por algo mais moderno (CORNETTA, 2017, p. 82-83). Frente ao bom momento da Ford, mas observando um crescente incômodo por parte dos compradores, a General Motors se viu obrigada a inovar em seus veículos para reconquistar espaço no mercado e brigar em pé de igualdade com a Ford, foi então que surgiu a ideia reduzir a durabilidade e vida útil dos veículos, introduzir pequenas atualizações anuais nos modelos fabricados e a principal novidade, qual seja, utilizar o motor de partida elétrica, em substituição ao motor a manivela (CORNETTA, 2017, p. 82-83).

Nessa linha, “a política de renovação anual de produtos tornou a vida útil dos automóveis menores, o que antecipava o descarte dele. E isso se intensificou ano a ano, década

a década, fomentando ainda mais a ideia da obsolescência programada” (BARÃO JUNIOR; SOARES, 2020, p. 654). Portanto, as inovações implementadas pela General Motors funcionaram, de modo a atrair os compradores, pois fomentavam a curiosidade que a sociedade já possuía em relação ao novo. Indo mais além, a concorrência entre a Ford e a General Motors rendeu bons frutos aos consumidores, que sem dúvidas foram os maiores beneficiados, uma vez que a partir de tal disputa diversos outros fabricantes começaram a incluir, anualmente, em seus veículos novas tecnologias e funcionalidades, na tentativa de seduzir os compradores para que se mantivessem consumindo seus produtos, minimizando os efeitos da crise de 1929 para o setor (CORNETTA, 2017, p. 82-83). Logo, “a introdução de novas funcionalidades e tecnologias foi a base para criar um mercado constante de revenda de veículos, prática esta que ainda pode ser reconhecida no momento atual” (CORNETTA, 2017, p. 84).

Avançando, a concorrência entre a Ford e a General Motors chegou ao seu ápice quando a segunda empresa criou um departamento de coloração dos veículos, lhe permitindo produzir carros em cores variadas, atraindo ainda mais os potenciais clientes, visto que essa inovação estética poderia ser encarada como um sinal de exclusividade em relação aos demais veículos comercializados em cor única até aquele momento. Além disso, esse departamento

[...] fez com que a Ford alterasse o seu firme conceito de produzir um carro confiável, feito para durar, sem grande preocupação com a estética e que prestigiava a eficiência produtiva com vistas a reduzir o custo para o consumidor, para um modelo de busca de realização de compras repetitivas, utilizando-se da obsolescência psicológica (CORNETTA, 2017, p. 99)

Como destacado pelo autor, a partir de todas as ideias expostas, a indústria automobilística conseguiu se manter em funcionamento, mesmo num momento marcado pela instabilidade financeira. Além disso, todas essas alterações nos automóveis na época podem ser consideradas como um embrião da obsolescência planejada. Para além, a alteração da coloração e as pequenas mudanças no design dos veículos podem ser utilizadas como exemplo do que hoje se conhece como a esfera psicológica da técnica delineada, na medida em que modificar a estética do produto e reduzir a vida útil do mesmo incentiva a repetição do consumo (MORAES, 2015, p. 54).

Frente ao exposto, não é incorreta a conclusão de que a obsolescência planejada como se conhece hoje, nada mais é do que o aperfeiçoamento de ideias surgidas na indústria automobilística e adaptadas durante a crise de 1929. Ademais, embora até aqui tenha sido falado da obsolescência em sentido amplo, o leitor deve ter ciência que essa prática pode se manifestar de diversas maneiras, haja vista a existência de outras espécies de obsolescência, a exemplo da psicológica, mencionada brevemente em momento anterior. Deste modo, imperioso abordar as

diferentes intervenções do fornecedor na vida útil do produto, como forma de permitir ao leitor uma compreensão mais aprofundada do tema.

2.2. As espécies de intervenções do fabricante na vida útil e durabilidade dos produtos comercializados

Com a paulatina evolução e fortalecimento do sistema capitalista de mercado a necessidade de consumo começou a ganhar cada vez mais destaque, dando origem ao termo sociedade de consumo, isto é, “uma sociedade de alta produtividade em que a produção capitalista se faz sob a base de uma constante criação de novos produtos e serviços que se transformam rapidamente em obsoletos e onde o valor dos indivíduos se mede por sua capacidade de consumo” (KREMER, 2007, p. 51). É patente a constante atualização no procedimento de fabricação das empresas e indústrias, de modo que, como já destacado, pouco tempo após o lançamento de um determinado produto, são lançadas novas versões e atualizações dessas mercadorias, além disso o fornecedor começa a propagar a ideia de que a versão anterior do produto não serve mais para os clientes e que somente a nova geração do bem poderá suprir as suas demandas. Essa conduta das empresas acaba por gerar uma constante insatisfação nos compradores. Isso ocorre pelo fato de que, como bem observa Bauman, “a sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a não-satisfação de seus membros (e assim, em seus próprios termos, a infelicidade deles)” (BAUMAN, 2008, p. 64). Frente a isso, o objetivo da presente seção é destacar a diversidade de condutas que se adequam ao conceito de obsolescência programada, isto é, os mecanismos utilizados pelas empresas como forma de tornar um produto obsoleto e incentivar a troca.

Primeiramente, é importante chamar a atenção do leitor para o fato de que obsolescência natural e obsolescência programada são conceitos distintos, de modo que apenas a segunda é efetivamente o objeto das ponderações feitas no decorrer do presente texto.

Obsolescência natural é algo inerente a todo e qualquer bem, pois desde os primórdios da fabricação de objetos todos os produtos possuem um prazo de vida útil, visto que o homem não consegue produzir algo imune aos efeitos do tempo e do próprio uso constante, sendo assim, em algum momento os bens atingem seu limite, precisando – inevitavelmente – de substituição. É preciso ter em vista que “até mesmo o melhor dos produtos, naturalmente, se gasta algum dia. Portanto, não se pode legitimamente criticar uma companhia por calcular a

data de morte de seu produto” (PACKARD, 1965, p. 53). Em outras palavras, os produtos se tornam obsoletos naturalmente, sem qualquer intervenção do fabricante, até porque não se pode exigir do fornecedor que produza algo que dure eternamente. Sendo assim “o que se deve combater, portanto, é a obsolescência programada, não a obsolescência pura e simples, pois esta diz respeito à esfera de discricionariedade do fornecedor, sendo regulada pela concorrência do livre mercado” (SEGALL, 2018, p. 8).

Já a obsolescência programada (planejada, intencional) “[...] é a política empresarial de reduzir, artificialmente, a vida útil de determinado produto ou seus componentes com o fito de estimular o consumo de versões mais recentes [...]” (SEGALL, 2018, p. 5). É, portanto, a intervenção do fornecedor no sentido de estabelecer uma redução no prazo de vida útil e durabilidade de determinado produto fazendo com que ele perca eficiência ou até mesmo pare de funcionar antes do normal/razoável, ou seja, mostra-se como algo não natural no ciclo de existência do bem, uma vez que força a troca antes do que realmente seria necessário caso o fornecedor não tivesse interferido ou se tivesse investido mais recursos em busca de uma maior qualidade e duração do produto.

Em outros termos, enquanto a obsolescência é algo natural em todos os bens, a obsolescência programada se mostra como uma proposital abreviação da utilidade dos produtos. Com isso Packard entende que há um problema quando a empresa “[...] 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” (PACKARD, 1965, p. 54). Frente as ideias de Packard, pode-se perceber que há

[...] no conceito de obsolescência programada não só a conduta comissiva, mas também a omissiva, i.e., o fornecedor que, embora não aja com o fim de deliberadamente reduzir a vida útil do seu produto ou serviço, atue de modo consciente a não retirar o máximo possível do bem que oferece [...] (SEGALL, 2018, p. 7).

Ultrapassadas tais considerações iniciais, é mister destacar que diversos são os motivos que levam o consumidor a trocar o produto que possui, contudo, em relação ao tema aqui delineado, Vance Packard (1965, p. 51), destaca três principais tipos de obsolescência, quais sejam: de qualidade, de função e de desejabilidade. Cada uma dessas derivações do presente fenômeno possui suas particularidades que, somadas, permitem a compreensão do fenômeno da obsolescência planejada como um todo.

A primeira das espécies de obsolescência diz respeito à qualidade de determinado produto. “Neste caso, quando planejado, um produto quebra-se ou gasta-se em determinado tempo, geralmente não muito longo” (PACKARD, 1965, p. 51). Portanto, essa modalidade está

diretamente relacionada com um “prazo de validade” dos objetos ofertados no mercado de consumo, isto é, em razão do uso de técnicas ou componentes de baixa qualidade, estipula-se um tempo de duração para o bem. Uma vez alcançado tal lapso temporal o produto para de funcionar ou já não funciona como antes. Em complementação, Valéria Rossini e Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini entendem que esse fenômeno “trata-se de uma estratégia na qual desde o desenvolvimento de um produto a indústria já programa e planeja o fim antecipado de sua vida útil” (ROSSINI; NASPOLINI, 2017, p. 4).

Nessa esteira, para exemplificar como essa espécie de obsolescência se apresenta no cotidiano da sociedade consumerista destaca-se o documentário *“The Light Bulb Conspiracy”* (2010), que conta a história de Marcos, um morador de Barcelona (Espanha) que enfrenta as consequências negativas da técnica aqui delineada, isso é, sua impressora para de funcionar após um certo tempo de uso.

Na tentativa de salvar seu produto, ele o leva a diversas assistências técnicas para realizar o conserto, contudo, a resposta de todos os estabelecimentos é de que custará caro para solucionar o problema, alguns dizem que sequer possuem as peças necessárias para realizar o reparo. Sendo assim, os vendedores aconselham-no a procurar por uma nova impressora, tentando seduzi-lo com novos modelos e descontos especiais no valor da compra. Marcos descarta as ofertas e procura uma solução por conta própria. Após muitas pesquisas, ele descobre a existência de um chip que é colocado em diversos modelos de impressoras, inclusive no seu. A função desse componente é contabilizar o número de impressões feitas e, quando chegar no número estabelecido pelo fabricante, bloquear a impressora para que ela não funcione mais, obrigando o consumidor a adquirir uma nova.

Frente a isso, pode-se perceber, portanto, que no momento em que essa impressora saiu da fábrica o fabricante já sabia que o consumidor, após um certo tempo, precisaria substituí-la, não por ela estar danificada, mas por ter atingido a quantidade de impressões permitidas por ele. Logo, analisando a história supramencionada, não há dúvidas de que Marcos foi vítima da obsolescência de qualidade, visto que seu produto para de funcionar no momento determinado pelo fornecedor, em decorrência de uma técnica que obriga o consumidor a providenciar a troca do bem. Ademais, Kamila Guimarães de Moraes (2015, p. 52) destaca, ainda, como exemplo dessa modalidade a redução da durabilidade das lâmpadas estabelecidas pelo Cartel Phoebus através da utilização de materiais de menor qualidade para a produção dos referidos objetos.

Pois bem, uma vez explicada a obsolescência de qualidade, passamos para a análise das outras modalidades – de desajustabilidade e de função.

O segundo motivo que torna um produto ultrapassado, na visão de Packard, é a obsolescência de função, que nada mais é do que a inserção/lançamento de uma nova versão de determinado produto no mercado que execute a mesma função do anterior, mas de forma aprimorada, tornando o antigo obsoleto (MORAES, 2015, p. 52). Logo, “nessa situação, um produto existente torna-se antiquado quando é introduzido um produto que executa melhor a função” (PACKARD, 1965, p. 51). Ainda considerando o exemplo do Marcos, citado anteriormente, imagine-se que concomitantemente com o “término da vida útil de sua impressora” fosse colocado no mercado um novo modelo do bem com alguma melhoria. Frente a ausência de peças necessárias para realizar o conserto por parte das assistências técnicas procuradas por ele, não restaria outra alternativa a não ser a aquisição do novo modelo.

Destaca-se novamente as palavras de Kamila Guimarães de Moraes (2015, p. 52) ao discorrer sobre o tema aqui analisado. Para a autora, um dos maiores exemplos dessa espécie de obsolescência é o surgimento de automóveis com motor de partida elétrica, fabricados pela General Motors na tentativa de competir com a Ford. Dessa forma, tendo em vista que os carros anteriormente disponíveis no mercado possuíam motor que funcionava a manivela, quando houve a inserção de veículos com uma tecnologia superior à existente, os carros com tecnologia inferior se tornaram obsoletos quase imediatamente.

Imperioso fazer um parêntese na explanação para tecer uma crítica em relação a concepção da autora, especificamente em relação ao exemplo do surgimento do motor de partida elétrica como espécie de obsolescência de função. A exemplificação utilizada pela autora não representa adequadamente o fenômeno aqui analisado, haja vista que o surgimento do motor de partida elétrica é fruto de um natural avanço tecnológico da sociedade e não uma consequência da obsolescência programada. Isso porque a sociedade está em constante evolução e esse crescimento gera diversos reflexos, sendo um deles justamente o aprimoramento da tecnologia. Logo, enquanto na obsolescência planejada o produto se torna obsoleto em razão de uma conduta do fornecedor, no avanço tecnológico este sujeito nada tem a ver com a desatualização dos bens (SEGALL, 2018, p. 13-14).

Por sua vez, a terceira espécie de obsolescência diz respeito a desejabilidade. “Nesta situação, um produto que ainda está sólido, em termos de qualidade ou performance, torna-se ‘gasto’ em nossa mente porque um aprimoramento de estilo ou outra modificação faz com que fique menos desejável” (PACKARD, 1965, p. 51). Ressalta-se que essa modalidade de redução da vida útil do objeto é fruto das intensas e repetitivas campanhas publicitárias nas quais as empresas investem maciçamente para seduzir o consumidor. Kamila Guimarães de Moraes explica que

Esse tipo de obsolescência planejada torna um produto defasado ainda que seja útil e esteja em plenas condições de uso. Aqui, é o consumidor, envolvido por estratégias de marketing e design, que opta pela substituição do produto por um mais novo, mais moderno (MORAES, 2015, p. 54).

A autora destaca como grande exemplo dessa estratégia a indústria automobilística em 1932, na qual anualmente os industriais implementavam pequenas alterações e novas tecnologias nos modelos fabricados como forma de instigar o consumo pelas versões mais recentes (MORAES, 2015, p. 54). Por fim, a autora arremata seu pensamento defendendo que “[...] esta estratégia foi desenhada para colocar o consumidor em um estado de constante ansiedade, baseada na ideia de que tudo que é velho não tem valor nem função e é vergonhoso tê-lo [...]” (MORAES, 2015, p. 54). Pode-se verificar, portanto, que essa espécie de obsolescência sequer atinge o produto diretamente, pelo contrário, se limita a afetar a esfera psicológica do consumidor para que este opte por realizar a troca do objeto antes do que seria necessário.

Pedro Machado Segall (2018), ao se debruçar sobre a obsolescência planejada destaca como modalidades desse fenômeno a obsolescência técnica ou tecnológica; por expiração e, na mesma linha de Packard, a psicológica (percebida/estética/simbólica).

Em relação a obsolescência tecnológica, o referido autor explica que decorre das inovações tecnológicas tanto na fabricação de determinado produto como no próprio produto em si (SEGALL, 2018, p. 18). Corroborando com Segall, Cornetta aduz que essa espécie da referida técnica “[...] ocorre quando o fornecedor introduz uma nova tecnologia ou funcionalidade no produto que faz com que o consumidor passe a desejá-lo por esta nova característica que apresenta” (CORNETTA, 2017, p. 81). Pedro Machado Segall (2018, p. 18-24) vai além e subdivide essa modalidade em outras seis espécies, sendo elas:

Por subdesenvolvimento ou adiada, através da qual o fornecedor opta por inserir no mercado um modelo com características abaixo do que poderia ter sido produzido, para que pouco tempo após lance um novo modelo, dessa vez com maior qualidade e inovações, atraindo o consumidor a adquirir a nova versão, pois a anterior é insuficiente.

Por defeito funcional, na qual o bem é pensado e produzido para funcionar em harmonia, como algo homogêneo, ou seja, uma peça é importante para o funcionamento da outra, de modo que se uma peça parar de funcionar, o produto inteiro ficará inutilizável. Por incompatibilidade, representada através do lançamento de uma atualização de sistema que ao invés de beneficiar o produto, acaba por reduzir seu desempenho e eficiência. O autor destaca como um exemplo dessa modalidade o lançamento das atualizações de software lançadas pelas empresas de tecnologias que acabam por limitar o desempenho de aparelhos mais antigos,

pressionando o usuário a comprar uma versão mais atual do produto, que processe de maneira eficiente a nova atualização.

Indireta, aquela que não atinge o produto em si, mas sim os acessórios indispensáveis para o uso do bem, de modo que ao ser encerrada a fabricação do acessório, o produto principal não mais servirá. Por notificação, por meio da qual o fabricante insere na embalagem ou no próprio corpo do produto a falsa informação de que após um determinado prazo o consumidor deverá providenciar a troca de peças, de componentes ou do produto em si para a correta eficiência do bem. O autor destaca como exemplo “as impressoras que acusam o esgotamento do cartucho de tinta, quando, ao revés, ele ainda não se esgotou” (SEGALL, 2018, p. 23). E, por fim, do serviço pós-venda, que torna difícil ou excessivamente oneroso o conserto do produto, deste modo é mais rentável ao consumidor a compra de um novo bem. Em seguida o escritor defende que essa espécie “[...] engloba toda e qualquer conduta do fornecedor na fase pós-contratual com vistas ao aumento dos seus lucros via ampliação das taxas de recompra ou redução da sua responsabilidade” (SEGALL, 2018, p. 24).

Por sua vez, em relação a obsolescência por expiração, o autor a explica como sendo oriunda do dever de o fornecedor informar o prazo de validade do bem na embalagem do produto, como forma de proteger a saúde do consumidor. Aduz que, justamente pela proteção do consumidor, o referido prazo normalmente é estipulado com uma certa antecedência em relação ao efetivo momento em que necessitará de substituição. O escritor vai além e faz uma crítica a essa modalidade argumentando que “[...] na obsolescência programada essa margem deixa de ser de segurança para se tornar exagerada, com o fim de aumentar as vendas [...]” (SEGALL, 2018, p. 25). Frente a isso, embora se esteja respeitando um dever de informação, não se pode desconsiderar um abuso por parte do fornecedor, que faz constar no produto um prazo para troca muito inferior ao que realmente seria necessário.

A última classificação elaborada por Pedro Machado Segall diz respeito a obsolescência psicológica (percebida/estética/simbólica). Essa modalidade da técnica comercial aqui explorada remete ao desejo de o consumidor realizar a troca de seus produtos baseado exclusivamente nas intensas campanhas publicitárias que fazem surgir uma sensação de necessidade de consumir um produto mais atualizado, mesmo que o bem antigo ainda possua tempo de vida útil (SEGALL, 2018, p. 25). Importante ressaltar que “[...] ao contrário das demais modalidades, não há, nessa forma de obsolescência programada, a redução artificial da durabilidade de um produto ou serviço por uma característica sua, mas sim em decorrência da atuação condicionada do consumidor” (SEGALL, 2018, p. 25-26).

Portanto, analisando todas as técnicas que o fabricante pode empregar como forma de tornar um produto desatualizado antes do tempo é certo que essa conduta terá repercussões na sociedade consumerista em geral, haja vista que o consumidor passa – ainda que não perceba – a ser pressionado a consumir. Desse modo, ao estudar essa pressão para o consumo e as consequências disto é possível observar que o ato de comprar passou a ter um escopo emocional, de modo que não se consome apenas por real necessidade, pelo contrário, a sociedade passou a adquirir bens e produtos para satisfazer desejos, prazeres e sentimentos, com isso houve uma banalização do consumo (BAUMAN, 2008, p. 37). Tanto é verdade essa afirmação que em um simples exercício mental é fácil lembrar de situações em que conhecidos compraram determinado objeto para comemorar uma ocasião alegre, ou então adquiriram um produto por estarem tristes e acreditarem que a aquela aquisição poderia, de alguma forma, atenuar o sentimento negativo (BAUMAN, 2008, p.37).

Nesse sentido, Mara Alexandra Silvério da Silva Balbino, dissertando sobre o comportamento das empresas frente à percepção da influência das emoções no consumo, aduz que “[...] o desejo em adquirir um determinado objeto passa a ser fomentado e, conseqüentemente, estandardizado enquanto necessidade de consumo democrática” (BALBINO, 2014, p. 53). A autora complementa argumentando que:

Os desejos representam o modo como a sociedade, e os sistemas publicitários, incentivam o consumidor a criar uma nova necessidade no seu horizonte. Assim, o mercado tenta criar novos desejos na mente dos compradores, despertando na sua consciência de que esses mesmos bens de consumo são necessidades que precisam ser cumpridas. (BALBINO, 2014, p.58)

Imprescindível destacar, ainda, as palavras de Valéria Rossini e Samyra Haydêe Dal Farra Napolini ao defenderem que “consumir se tornou o propósito da existência do indivíduo, onde ‘querer’, ‘desejar’, ‘ansiar por’ um bem ou serviço passou a ser algo de alta relevância na vida da pessoa, que busca repetir esta emoção incontáveis vezes.” (ROSSINI; NASPOLINI, 2017, p. 6). Esse exercício de associar o consumo com sentimentos, num primeiro olhar parece algo inofensivo, ou até mesmo justificável/compreensível, contudo, entender de tal maneira significa analisar somente um recorte de um quadro maior. Em outras palavras, consumir para satisfazer esses sentimentos também possui um lado negativo, sendo um perigoso caminho para o desenvolvimento de uma dependência, levando ainda a compulsão de comprar, um distúrbio cada vez mais presente na sociedade.

Por fim, essa pressão para que os cidadãos consumam cada vez mais encontra nas campanhas publicitárias uma importante força catalisadora, portanto, mister se faz tecer alguns comentários sobre a relação existente entre as campanhas publicitárias e a obsolescência

programada para entender como essa técnica chegou ao patamar em que se encontra na atualidade.

2.3. A relação entre as campanhas publicitárias e a obsolescência programada na sociedade de consumo e as consequências para o consumidor

Conforme brevemente explicitado em momentos anteriores, não se pode analisar a técnica da obsolescência planejada sem levar em consideração a influência das campanhas publicitárias para o seu fortalecimento. É inegável que durante a evolução da sociedade de consumo os anúncios publicitários desempenharam – e ainda desempenham – grande papel a favor das empresas. Em outras palavras, através dessas campanhas os empresários conseguem dialogar com o consumidor. Posto isso, nesta seção busca-se destacar e analisar a relação existente entre a obsolescência programada e as campanhas publicitárias, como forma de entender em que medida estas influenciam naquela.

Antes de adentrar propriamente na análise proposta no presente momento, imperioso fazer uma distinção entre termos que muitas vezes são utilizados como sinônimos, contudo, do ponto de vista do Código de Defesa do Consumidor, não são. Trata-se de publicidade e propaganda. Frente a isso

O termo publicidade expressa o fato de tornar público (divulgar) o produto ou serviço, com o intuito de aproximar o consumidor do fornecedor, promovendo o lucro da atividade comercial. Já o termo propaganda expressa o fato de difundir uma ideia, promovendo a adesão a um dado sistema ideológico (v.g., político, filosófico, religioso, econômico) (GARCIA, 2017, p. 301).

Sendo assim, informa-se ao leitor que o trabalho se dedica a análise da publicidade, logo, quando se utiliza os termos “anúncios publicitários”, “campanhas publicitárias”, ou simplesmente “anúncios” e “ofertas” está se referido a ideia de divulgação de um produto feita pelo fornecedor com o intuito de alcançar o consumidor.

Ultrapassadas tais considerações, é mister destacar o fato de que, conforme exposto por Ana Beatriz Barbosa Silva (2014, p.98), como consequência do convívio em sociedade estamos, diariamente, sujeitos a milhares de tipos, formas, conceitos e modelos de campanhas publicitárias, desde as mais simples até as que possuem alto grau de investimento criativo e financeiro. Nessa esteira, mesmo que em determinados momentos não percebamos, estamos sendo influenciados constantemente em nossas tomadas de decisões. Ciente desse impacto da

publicidade sobre a sociedade consumerista, os empresários passaram a ver nessa indústria uma poderosa aliada na busca por lucros, bem como para a própria comercialização de seus produtos (SEGALL, 2018, p. 36).

Nesse sentido, a equação parece ser simples, ou seja, para que os fornecedores maximizem os seus lucros é necessário que aumentem a produção dos bens, contudo, não basta simplesmente produzir mais, é necessário que a sociedade em geral queira adquirir cada vez mais e em maiores quantidades os novos produtos. Nessa fórmula do consumo, a publicidade recebe lugar de destaque, pois é através dela que se criará a demanda necessária, ou seja, “nossos desejos pelas mercadorias são criados e manipulados pela publicidade direta e indireta (em filmes do cinema comercial, por exemplo) e que isso é fundamental para que a sociedade de consumo faça cada vez mais consumidores persuadidos e motivados a consumir” (PADILHA, 2016).

Pertinente é a ponderação feita por Packard ao aduzir que

Quando os especialistas em vendas procuravam meios de manter as vendas aumentando mesmo em face de crescente saturação, uma das primeiras ideias que lhes ocorreu foi a de que cada consumidor deveria ser induzido a comprar de cada produto mais do que estava comprando. O meio de acabar com o excesso de comida era produzir comilões (PACKARD, 1965, p. 27).

Sob essa perspectiva é importante considerar que a publicidade age cada vez mais se valendo dos medos e inseguranças dos consumidores, pois ao fazê-lo consegue torná-los mais sugestivos para aceitarem os termos e as promessas feitas nos anúncios (SEGALL, 2018, p. 36). Indo mais além, é imperioso atentar para o fato de que, conforme já explicitado por Valéria Rossini e Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini, uma das facetas da obsolescência é justamente em relação a desejabilidade de determinado item. Nesta senda, as referidas autoras explicam que:

A obsolescência de desejabilidade, também denominada de obsolescência percebida ou perceptiva, relaciona-se com as estratégias de *marketing*, vendas e propaganda, em que um produto em sua plena vida útil e perfeito funcionamento é substituído por um novo modelo, porém com um design diferente, um visual mais agradável, pequenas mudanças funcionais. (ROSSINI; NASPOLINI, 2017, p. 4)

A influência da publicidade é tão benéfica para a obsolescência planejada que Pedro Machado Segall explica que diversas vezes o consumidor está satisfeito com o produto que possui, embora não seja a versão mais recente, entretanto, cabe à publicidade seduzi-lo e induzi-lo a realizar a troca do bem “obsoleto” por uma versão mais atualizada ou com um design diferente/exclusivo, fazendo com que o consumo se torne algo automático (SEGALL, 2018, p. 37). Para além, a profunda relação entre a sociedade consumerista e as campanhas publicitárias pode ser facilmente evidenciada através dos eventos de lançamento de aparelhos celulares e

demais produtos tecnológicos, que têm ganhado cada vez mais visibilidade pelo mundo, sendo verdadeiros atrativos.

Não é de hoje que a sociedade adere aos benefícios de ter um aparelho celular, contudo, nos últimos anos, o mercado dos *smartphones* tem se fortalecido cada vez mais, de modo que o período entre os lançamentos de modelos desse produto diminuiu drasticamente, isto é, anualmente as empresas do ramo de tecnologia anunciam novos e “melhores” modelos (ROSSINI; NASPOLINI, 2017, p. 4). Para consolidar essa técnica, as empresas utilizam os anúncios publicitários, bem como contam com a queda de eficiência proposital dos aparelhos de versões anteriores que já estão no mercado para fazer com que o consumidor chegue à conclusão de que “precisa” daquele novo modelo que está prestes a ser lançado.

É tão grande o destaque que os eventos de lançamento desse tipo de aparelhos possuem, que chegou ao ponto de os usuários aguardarem ansiosos pelas datas que as empresas marcam como dia de anúncio e lançamento de seus novos modelos telefônicos, de modo que os consumidores comprem tais produtos já pensando em uma futura troca. Isso ocorre pelo fato de que, como bem explicado por Kremer, “a publicidade e a propaganda exercem tamanho fascínio e tamanha influência sobre as escolhas por despertarem a curiosidade decorrente do desconhecimento” (KREMER, 2007, p. 63-64). Com isso, a sociedade aprendeu a se satisfazer com a constante busca por inovações, de modo que se algo for feito para durar por longos períodos, como acontecia antigamente, possivelmente será substituído na primeira oportunidade que o consumidor tiver, mesmo que o produto não apresente avarias ou queda na eficiência, pois há no ser humano um anseio por tudo aquilo que é novo, seja para se auto agradar ou para se encaixar socialmente em um determinado grupo social. Sobre isso, Ana Beatriz Barbosa Silva é precisa ao escrever que “uma sociedade que valoriza os indivíduos por aquilo que eles têm, e não pelo que são, faz com que todos vivam em eterna corrida maluca para alcançar um *status* que, ao ser atingido, já deixou de ter valor” (SILVA, 2014, p. 122).

Pedro Machado Segall, por seu turno, entende que “o consumismo é visto, pelo setor publicitário, como uma resposta à angústia e ao vazio humanos” (SEGALL, 2018, p. 40). Portanto, um dos motivos que leva o consumidor a adquirir é o fato de que sempre haverá a necessidade de suprir um vazio, logo, “novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos; o advento do consumismo augura uma era de ‘obsolescência embutida’ dos bens oferecidos no mercado” (BAUMAN, 2008, p.45). Deste modo, para que os usuários continuem consumindo basta que o fornecedor alimente esse sentimento de angústia e vazio, gerando, ainda, novas necessidades que os consumidores tenham que preencher.

Cumpra lembrar que o consumismo se dá quando “o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho” (BAUMAN, 2008, p. 41). Esse fenômeno é, portanto, um “atributo da sociedade” (BAUMAN, 2008, p. 41).

Resgatando os ensinamentos de Pedro Machado Segall é possível concluir que as campanhas publicitárias, que num primeiro momento apenas seduziam o consumidor, passaram a convencer este sujeito de que a razão do seu existir é adquirir bens. Não é por outro motivo que Bauman sustenta que

Numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação (ou seja, ver e tratar o consumo como vocação). Nessa sociedade, o consumo visto e tratado como uma vocação é ao mesmo tempo um direito e um dever humano universal que não conhece exceção (BAUMAN, 2008, p. 73).

Indo mais além, ainda em consonância com as lições de Pedro Machado Segall, tem-se que “as campanhas que apelam para a estética, o estilo de vida, a inclusão social e o sucesso profissional são cada vez mais utilizadas” (SEGALL, 2018, p. 40). Portanto, através dos ensinamentos do referido autor, pode-se evidenciar mais um ponto de interferência e influência da publicidade na sociedade consumerista, isto é, a criação – no consumidor – da necessidade de se encaixar em determinados grupos sociais através da aquisição de bens e produtos, ou seja, as pessoas começam a consumir não apenas para sua satisfação pessoal, mas também para satisfazer um sentimento de pertencer a determinado grupo ou classe social, com receio de que se não comprarem aquele objeto da moda serão excluídos do círculo social ou até mesmo não terão sucesso e prestígio em sua vida profissional. Essa relação de consumo é puramente sustentada pelo *status* que o produto trará para o seu dono, o que justifica a alta procura dos consumidores por determinadas marcas.

Em arremate, cumpre invocar novamente as lições de Bauman, para quem:

Bombardeados de todos os lados por sugestões de que precisam se equipar com um ou outro produto fornecido pelas lojas se quiserem ter a capacidade de alcançar e manter a posição social que desejam, desempenhar suas obrigações sociais e proteger a auto-estima – assim como serem vistos e reconhecidos por fazerem tudo isso –, consumidores de ambos os sexos, todas as idades e posições sociais irão sentir-se inadequados, deficientes e abaixo do padrão a não ser que respondam com prontidão a esses apelos. (BAUMAN, 2008, p. 74)

Kremer aduz que “dentro das teorias sociais e culturais, vê-se que o fundamento do comportamento do consumidor não está nele, mas fora dele, nas regras dos grupos aos quais ele pertence ou aos quais gostaria de pertencer” (KREMER, 2007, p. 42). A autora vai além e afirma que “possuir algo, mesmo que um bem que perca valor rapidamente, como é o caso de um produto de moda, funciona como base de identidade para muitas pessoas” (KREMER, 2007, p. 61).

Um claro exemplo desse fenômeno explicitado pelos autores supramencionados pode ser visualizado na estratégia de vincular um determinado produto a imagem de uma celebridade, desse modo, ao repetir diversas vezes um anúncio que contenha essa relação produto-celebridade, levar-se-á muitos consumidores a comprar aquele bem por associarem e internalizarem que a aquisição daquele objeto trará um sentimento de estar perto/ter algo em comum com seus ídolos. Lindomar Teixeira Luiz expõe que

As pessoas se sentem reconhecidas com a aquisição de certos bens, pois a própria ideologia do consumismo reforça a máxima liberal "ter" para "ser"; não se pode esquecer do prazer prometido por tais produtos, que tem também a função de compensar e fugir da dor e do sofrimento que são constantes em nossa sociedade (LUIZ, 2005, p. 42).

Ana Beatriz Barbosa Silva é precisa ao expor que “propagandas vendem sentimentos e sonhos, não apenas produtos, mas, na realidade, tais produtos vêm sozinhos; o resto é induzido por elas e comprado por nós” (SILVA, 2014, p. 98). A autora continua sua análise sobre o consumo e explica que quando determinado sujeito não consegue, por qualquer motivo, adquirir o bem que lhe foi anunciado como o necessário para atingir a satisfação de suas necessidades ele é tomado “[...] por uma sensação desagradável de exclusão, de não pertencimento. [...]. Quando não compramos coisas que são validadas pelo marketing como necessárias à felicidade, nos sentimos excluídos e até mesmo fracassados e deprimidos” (SILVA, 2014, p. 34). Isso ocorre porque o consumidor não consegue atingir os padrões e valores estabelecidos através das publicidades em torno de um produto (LUIZ, 2005, p. 40-41).

Portanto, é preciso considerar que “há, em suma, razões mais que suficientes para ‘ir às compras’. Qualquer explicação da obsessão de comprar que se reduza a uma causa única está arriscada a ser um erro” (BAUMAN, 2001, p. 87). Sendo assim, consumir se torna um ato complexo, pois o consumidor é influenciado por diversos fatores até tomar a decisão de adquirir algo. Nesse sentido

Os consumidores podem estar correndo atrás de sensações - táteis, visuais ou olfativas - agradáveis, ou atrás de delícias do paladar prometidas pelos objetos coloridos e brilhantes expostos nas prateleiras dos supermercados, ou atrás das sensações mais profundas e reconfortantes prometidas por um conselheiro especializado. Mas estão também tentando escapar da agonia chamada insegurança. Querem estar, pelo menos uma vez, livres do medo do erro, da negligência ou da incompetência. Querem estar, pelo menos uma vez, seguros, confiantes; e a admirável virtude dos objetos que encontram quando vão às compras é que eles trazem consigo (ou parecem por algum tempo) a promessa de segurança (BAUMAN, 2001, p. 88).

Para além, a necessidade de consumir não somente para si, mas sim para os outros, de querer e não poder ter, em muitas vezes dá origem a doenças psicológicas, como a depressão (KREMER, 2007, p. 61). Ademais, a constante necessidade de consumo pode levar, também, a compra impulsiva, ou seja, aquela “feita sem nenhum planejamento prévio, de maneira

irracional” (SILVA, 2014, p. 35), visando apenas a “satisfação imediata de uma vontade momentânea” (SILVA, 2014, p. 35). Ana Beatriz Barbosa Silva aduz, ainda, que “a compra abusiva gera bem-estar e sentimento de conquista imediata aos consumidores; no entanto, o consumismo exacerbado praticado por esses indivíduos, na maioria das vezes, coloca-os em situações de endividamento [...]” (SILVA, 2014, p. 36).

Ademais, o consumo como forma de satisfazer necessidades, desejos, sentimentos, para se adequar a determinado grupo social aliado, por exemplo, com a facilidade de aquisição de crédito e contração de empréstimos por parte do público jovem, como destacado por Bauman (2008, p. 103), pode dar origem ao que a doutrina chama de superendividamento, isto é, a insolvência do devedor – ora consumidor – motivada pela existência de diversos débitos frutos de um consumo exagerado e desnecessário (MIRAGEM, 2016, p. 440), para que se viabilize essa aquisição desenfreada de bens de produtos e até mesmo para que não seja excluído de um grupo social. Novamente é preciso explicitar as conclusões de Ana Beatriz Barbosa Silva, para quem “consumir é preciso para viver, mas viver para consumir pode ser uma das maneiras mais eficazes de transformar a vida em uma morte existencial” (SILVA, 2014, p. 32).

Deste modo, há muito a relação existente entre o fornecedor, publicidade e consumidor deixou de ser benéfica para este último, pelo próprio modo como a sociedade de consumo se estrutura. Nesse sentido, na visão de Bauman, o consumismo tornou-se uma “economia do engano” (BAUMAN, 2008, p. 65), pois “ela aposta na irracionalidade dos consumidores, e não em suas estimativas sóbrias e bem informadas, estimula emoções consumistas e não cultiva a razão” (BAUMAN, 2008, p. 65). Em complementação é possível invocar novamente as lições de Ana Beatriz Barbosa Silva, para quem

O grande comércio vive das compras impulsivas, e para que isso ocorra, investe pesadamente em estratégias de publicidade e marketing, que incluem belas vitrines, aromas personalizados nas lojas, vendedores educados e treinados para despertar seus desejos, malas-diretas, telefonemas, anúncios de revistas e de TV etc. (SILVA, 2014, p. 35)

Com isso as campanhas publicitárias são utilizadas não para forçar o consumidor a comprar, mas para seduzi-lo à possibilidade de consumir, para fazer com que ele, maravilhado pelas promessas do fornecedor, deixe a racionalidade de lado por um instante e se permita usufruir da tentação. Nesse sentido, Pedro Machado Segall escreve que “o consumidor não está completamente despido da autonomia da sua vontade. Mas não se pode retirar da publicidade a sua influência sobre hábitos do consumidor na equação das responsabilidades.” (SEGALL, 2018, p. 42). Sob essa perspectiva “a publicidade é a espinha dorsal da sociedade de consumo,

sem a qual não teríamos tantos desejos e não seríamos formatados mais como consumidores do que como cidadãos” (PADILHA, 2016). Logo, o que se está tentando demonstrar é que

[...] a publicidade e a obsolescência programada são os principais trunfos da sociedade de consumo para nos convencer que seremos mais modernos, mais felizes e livres se estivermos constantemente desejando e comprando produtos novos – o que implica em descartar, muitas vezes, produtos que ainda estão em boas condições de uso (PADILHA, 2016).

Frente a isso, verifica-se que a obsolescência planejada e as companhias publicitárias possuem uma ligação umbilical na sociedade de consumo, fato que faz com que uma fortaleça a outra. Ademais, as consequências negativas da publicidade direcionadas aos consumidores na intenção de fortalecer a obsolescência programada são apenas um exemplo de como a relação consumerista pode sofrer um desequilíbrio, desta forma, considerando que o consumidor sempre será o elo vulnerável da relação de consumo, é imprescindível que o legislador estruture um arcabouço legal que vise a proteção desse indivíduo, de modo a minimizar as disparidades entre as partes. Frente a isso, no momento seguinte, destaca-se a proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro.

3 A PROTEÇÃO LEGAL DO CONSUMIDOR CONFERIDA PELO ORDENAMENTO BRASILEIRO E A MANIFESTAÇÃO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

O presente capítulo objetiva evidenciar a proteção conferida pelo ordenamento jurídico aos consumidores para que, ao final do trabalho, se entenda a necessidade de combater a obsolescência. Como forma de cumprir com essa proposta, assim como foi feito no capítulo anterior, divide-se tal momento em três seções. Frente a isso, na primeira seção, destaca-se o tratamento conferido ao consumidor pela Constituição Federal e os motivos que levaram o Constituinte a atribuir aos direitos desses sujeitos o status de direito fundamental, imputando ao Estado o dever de proteger o destinatário final do produto ou serviço. Logo em seguida, evidencia-se os pressupostos da relação consumerista que autorizam a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor, isto é, os sujeitos econômicos (consumidor e fornecedor) e o objeto do vínculo (produto e/ou serviço).

Através da segunda seção, foca-se as atenções para uma breve exposição dos princípios da Política Nacional das Relações de Consumo aplicáveis na relação jurídica de consumo como forma de proteger os direitos e interesses do consumidor, especialmente em relação a obsolescência planejada, a exemplo dos princípios da vulnerabilidade, boa-fé objetiva, educação e informação. Ademais, salienta-se a função da referida política no ordenamento pátrio.

Por fim, na terceira seção, aborda-se o tratamento conferido pelo Código de Defesa do Consumidor e pela doutrina especializada aos casos em que ocorrem vícios (aparentes e/ou ocultos, com foco neste último) nos produtos, de modo a permitir verificar se é possível se falar em uma relação entre o referido instituto jurídico e a obsolescência programada.

3.1 A proteção constitucional do direito do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro e os pressupostos da relação consumerista que autorizam a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor

Com a evolução da sociedade, a forma de consumo paulatinamente foi se alterando, se adaptando, de modo a se tornar cada vez mais complexa. Frente a esse fato, é preciso destacar que a relação de consumo também sofreu esse impacto de modo que o legislador consumerista

precisou – e ainda precisa – se atualizar na forma de tutelar as particularidades de tal relação, pois com o passar do tempo percebeu-se que o vínculo firmado entre consumidor e fornecedor era desequilibrado por natureza. Com isso, no presente momento, a proteção do consumidor no ordenamento brasileiro será analisada com base no aspecto constitucional e infraconstitucional, respectivamente, de modo a explicitar para o leitor de que modo a Carta Magna e o Código de Defesa do Consumidor (CDC) tratam a matéria.

Bauman, ao analisar a sociedade de consumidores, já entendia o consumo como um direito e um dever conferido aos cidadãos. Nesse sentido o autor aduz que

Numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação (ou seja, ver e tratar o consumo como vocação). Nessa sociedade, o consumo visto e tratado como uma vocação é ao mesmo tempo um direito e um dever humano universal que não conhece exceção (BAUMAN, 2008, p. 63).

Contudo, não basta apenas afirmar que todos têm o direito de consumir, é preciso construir um arcabouço legal para que as partes usufruam desse direito. Com isso, a Constituição Federal, ao estabelecer um rol de direitos fundamentais em seu artigo 5º, se preocupou em atribuir ao Estado a responsabilidade de proteger o consumidor, nesse sentido, o inciso XXXII preconiza que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (BRASIL, 1988). Ademais, como bem leciona Bruno Miragem “o constituinte brasileiro [...] não apenas garantiu os direitos do consumidor como direito e princípio fundamental, como determinou ao legislador a realização de um sistema com caráter normativo, que garantisse a proteção estabelecida pela Constituição” (MIRAGEM, 2016, p. 55). Fabrício Bolzan de Almeida, por seu turno, ensina que

A relação jurídica de consumo nasce desigual [...]. Assim, encontramos o consumidor vulnerável, de um lado, e o fornecedor detentor do monopólio dos meios de produção, do outro, e, nesse contexto, nada melhor que ser alçado o Direito do Consumidor ao patamar de Direito Fundamental. (ALMEIDA, 2020, p. 55)

Portanto, através de uma conjugação das lições dos autores supracitados pode-se concluir que o principal fundamento para que o direito do consumidor seja elevado à posição de direito fundamental é justamente por uma questão de tentar equilibrar uma relação que, desde a origem, demonstra-se desequilibrada, de modo a pender para o lado do fornecedor. Essa disparidade ocorre, de acordo com Humberto Theodoro Júnior (2017, p. 24), pelo fato de que os negócios jurídicos são celebrados, na maioria das vezes, mediante contrato de adesão, de modo que a faculdade de estipular as cláusulas nessa modalidade contratual cabe ao fornecedor unilateralmente, com isso as condições serão estabelecidas para atender os interesses desse sujeito. Portanto, caberá ao consumidor apenas escolher entre aceitar ou não os termos

apresentados. Se aceitar, se sujeita a todas as cláusulas contratuais, contudo, se não concordar, não celebra o negócio, não lhe cabendo discutir e reestruturar as cláusulas das quais diverge.

Imperioso destacar que direitos fundamentais são “os bens em si mesmo considerados, declarados como tais nos textos constitucionais” (PAULO; ALEXANDRINO, 2017, p. 143). Na mesma linha, Pedro Lenza aduz que tais direitos são “bens e vantagens prescritos na norma constitucional” (LENZA, 2019, p. 1765). Destarte, tais direitos são aqueles impostos pelo Constituinte como forma de proteger a dignidade dos sujeitos. Considerando o status fundamental conferido a tutela do consumidor, devido a posição topográfica em que tal preceito se localiza na Constituição Federal, Bruno Miragem é assertivo ao dizer que os direitos com esse status “colocam-se em posição superior relativamente aos demais preceitos do sistema de normas que conformam o ordenamento” (MIRAGEM, 2016, p. 59).

Tamanha é a importância da proteção do consumidor que a Lei Maior, além de inseri-la no rol de direitos fundamentais, a consagrou como princípio da ordem econômica, sendo assim, “Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] V - defesa do consumidor” (BRASIL, 1988). Nessa esteira, Fabrício Bolzan de Almeida (2020, p.58) entende que de uma leitura do artigo 170 da Carta Magna, mais especificamente dos incisos IV – que menciona a livre concorrência como princípio da ordem econômica – e V é possível chegar à conclusão de que embora seja permitida uma livre concorrência entre as empresas no mercado, não se pode ofertar um produto ou serviço em inobservância aos direitos consumeristas, de modo que um princípio acaba por “limitar” o outro.

Indo além, reforçando ainda mais a necessidade de proteção do consumidor, o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, em seu artigo 48, fixou o prazo de 120 (cento e vinte) dias para que o Congresso Nacional elaborasse um Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1988), com isso, em setembro de 1990 foi criado o referido código.

No artigo 1º do CDC tem-se que “o presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias” (BRASIL, 1990).

Analisando o dispositivo supramencionado percebe-se dois relevantes aspectos do Código, quais sejam, abrange normas de ordem pública e de interesse social. Em relação a tais características, Fabrício Bolzan de Almeida aduz que elas determinam que “as decisões decorrentes das relações de consumo não se limitam às partes envolvidas em litígio; as partes

não poderão derrogar os direitos do consumidor; juiz pode reconhecer de ofício direitos do consumidor” (ALMEIDA, 2020, p. 64). O resultado prático desses atributos é que as decisões proferidas nesses litígios, ao mesmo tempo que se destinam a educar a sociedade, visam impedir que as empresas perpetuem práticas lesivas aos direitos dos consumidores. Ademais, a impossibilidade de derrogar esses direitos advém do dever de o Estado promover a defesa do destinatário final do bem através do reequilíbrio de uma relação desigual por si, significa dizer que, os fornecedores não podem justificar suas condutas lesivas com base no argumento de que a relação foi firmada mediante a livre escolha do consumidor (ALMEIDA, 2020, p. 64-65).

Indo mais além, imperioso destacar que o Código aqui analisado somente se aplica no que a doutrina chama de relação jurídica de consumo. Nesse sentido, novamente utiliza-se as palavras de Fabrício Bolzan de Almeida, para quem o mencionado vínculo é “aquela relação firmada entre consumidor e fornecedor, a qual possui como objeto a aquisição de um produto ou a contratação de um serviço” (ALMEIDA, 2020, p. 85). Com isso surgem alguns pressupostos que merecem atenção, quais sejam, as definições de consumidor e fornecedor, bem como a conceituação de produto e serviço. Frente a isso, o Código Consumerista, em seu artigo 2º, estabelece que consumidor é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990). O parágrafo único do referido artigo preconiza que “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo” (BRASIL, 1990).

Humberto Theodoro Júnior, ao se debruçar sobre o conceito de consumidor, mais especificamente em relação a destinação final de um produto ou serviço, observa que existem três correntes teóricas que definem o alcance do termo, sendo elas, a teoria finalista, a maximalista e a finalista aprofundada (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 24).

De acordo com a teoria finalista, “o destinatário final a que a lei faz referência é aquele que retira o bem do mercado, dando-lhe uma destinação pessoal, sem qualquer interesse profissional. Trata-se de uma conceituação fática e econômica” (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 24). Portanto, para essa corrente, consumidor seria aquele que utiliza o bem para satisfazer as suas próprias necessidades, não adquirindo o objeto para revendê-lo ou explorá-lo economicamente.

Já a teoria maximalista, por outro lado, entende que o consumidor “é conceituado segundo uma análise meramente fática: é quem retira o produto ou o serviço do mercado e o utiliza, o consome. [...]. O aspecto econômico, destarte, não é relevante” (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 25). Para essa corrente, portanto, o simples fato de adquirir o produto já torna

o sujeito um consumidor, não importando a destinação conferida ao bem. Por fim, a terceira corrente citada pelo doutrinador, isto é, a teoria finalista aprofundada

[...] Abrandou a concepção finalista, para acrescer à noção de destinatário final econômico a ideia de hipossuficiência. Segundo esta teoria, haveria uma presunção de vulnerabilidade do consumidor, que justificaria, excepcionalmente, a ampliação da proteção legal também às atividades empresariais. [...]. Devem estar presentes, destarte, dois elementos para a caracterização do consumidor: (i) a destinação fática e econômica do bem adquirido; e, (ii) a vulnerabilidade do adquirente (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 26).

Informa-se ao leitor que jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça tem consagrado a utilização desta terceira corrente, de modo a aplicar a tutela do Código de Defesa do Consumidor “amparada pela noção de destinatário fático e econômico do bem [...]” (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 27) e, em certas ocasiões, quando se “[...] mostra evidente a vulnerabilidade do consumidor, ainda que profissional ou pessoa jurídica” (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 27).

Para finalizar a análise da conceituação de consumidor, importante fazer menção ao artigo 17 da legislação consumerista, o qual, ao tratar sobre responsabilidade por fato do produto ou serviço, preconiza que “para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento” (BRASIL, 1990). Humberto Theodoro Júnior ensina que

Prevê o art. 17 do CDC a figura do “consumidor por equiparação” (bystander), por meio da qual a proteção da legislação consumerista é estendida àquelas que, mesmo sem participar diretamente da relação de consumo, venham a ser vítimas de evento danoso decorrentes dessa relação (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 31).

Frente a tudo que foi dito, pode-se concluir que no decorrer da vida em coletividade, em algum momento, todos os integrantes da sociedade – ainda que não percebam – se adequarão ao conceito legal de consumidor, evidenciando a importância da proteção dos direitos consumeristas (MIRAGEM, 2016, p. 62).

Outro pressuposto para se falar na caracterização da relação jurídica de consumo diz respeito a figura do fornecedor. Nesse sentido, o legislador estabeleceu, no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, o conceito legal deste sujeito. Portanto, fornecedor é:

Toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (BRASIL, 1990)

De forma resumida, fornecedor é todo aquele que comercializa no mercado produtos e/ou serviços com habitualidade, profissionalidade e mediante remuneração direta ou indireta (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 32). Em complementação, Leonardo de Medeiros Garcia (2017, p. 37-38) explica que o legislador não fez questão de deixar o conceito de fornecedor restrito, pelo contrário, ampliou essa nomenclatura. O autor aduz, ainda, que para

ser considerado fornecedor é preciso que a atividade do sujeito seja praticada com habitualidade, pouco importando o fato de ser pessoa física ou jurídica, desde que se adeque aos requisitos do artigo, sendo impróprio enquadrar no referido conceito alguém que praticou a ação uma única vez.

Após a conceituação das partes envolvidas na relação consumeristas, é mister passar à análise da conceituação do objeto dessa relação, isto é, produtos e/ou serviços.

A conceituação legal de produto pode ser extraída do parágrafo 1º do artigo 3º do CDC, portanto, “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial” (BRASIL, 1990). Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves (2018, p. 114-115), ao interpretarem o referido dispositivo esclarecem que quando o bem puder ser transportado de um local para o outro sem que haja deterioração estrutural tem-se um bem móvel. De modo diverso, quando o deslocamento implicar em dano estrutural do objeto, o bem será imóvel. Ademais, explica, que bem material é aquele palpável, concreto, ao passo que aquele impalpável, intangível – a exemplo do lazer – é imaterial.

Serviço, por sua vez, nos termos do parágrafo 2º do mesmo artigo 3º do retromencionado código, 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” (BRASIL, 1990). Novamente se mostram relevantes os ensinamentos de Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves, pois conforme os autores explicitam “[...] apesar de a lei mencionar expressamente a remuneração, dando um caráter oneroso ao negócio, admite-se que o prestador tenha vantagens indiretas, sem que isso prejudique a qualificação da relação consumerista” (TARTUCE; NEVES, 2018, p. 118).

Uma vez evidenciado o tratamento que a Constituição Federal conferiu ao direito do consumidor, consagrando-o como direito fundamental e princípio da ordem econômica simultaneamente, bem como impondo ao Estado o dever de proteger tais sujeitos e esclarecidos os pressupostos objetivos e subjetivos que caracterizam a relação jurídica de consumo permitindo a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, é imprescindível destacar os princípios da Política Nacional das Relações de Consumo que podem ser utilizados como argumento para a defesa do consumidor em relação a obsolescência planejada.

3.2 Princípios aplicáveis na relação jurídica de consumo como forma de proteger o consumidor e a função da Política Nacional das Relações de Consumo

Como frisado no decorrer do presente capítulo, pelo fato de haver uma disparidade na relação de consumo, o legislador se viu obrigado a adotar disposições e mecanismos com vistas a diminuir as desigualdades do referido vínculo jurídico. Com isso, no presente momento aborda-se, brevemente, os princípios consumeristas e a função da Política Nacional das Relações de Consumo no ordenamento pátrio. Entretanto, considerando a vasta gama de princípios e considerando o objetivo do presente trabalho serão abordados os princípios da vulnerabilidade do consumidor, da boa-fé objetiva, da intervenção do estado para garantir a qualidade, segurança, durabilidade e desempenho dos produtos e serviços e, por fim, o princípio da educação e informação.

Em primeiro lugar na disposição dos incisos do CDC, tem-se o instituto da Política Nacional de Relação de Consumo, positivada nos artigos 4º e 5º. Nas palavras de Humberto Theodoro Júnior “essa Política tem por objetivo respeitar e assegurar aos consumidores: dignidade; saúde e segurança; proteção de seus interesses econômicos; melhoria da sua qualidade de vida; transparência e harmonia das relações de consumo” (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 41). Deste modo, percebe-se que essa política se preocupa em resguardar os direitos e interesses consumeristas, para que se evite abusos. O doutrinador vai além e explica que “a Política Nacional das Relações de Consumo deve atender a alguns princípios destacados nos incisos do art. 4º, do Código de Defesa do Consumidor” (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 45).

Nesse norte, o inciso I do artigo 4º do CDC, impõe o dever de se reconhecer a vulnerabilidade do consumidor. Bruno Miragem entende que a seara do direito consumerista só existe devido ao princípio retromencionado, pois “é esta vulnerabilidade que determina ao direito que se ocupe da proteção do consumidor” (MIRAGEM, 2016, p. 128).

Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves entendem que através desse princípio “é constatada a clara intenção do legislador em dotar o consumidor, em todas as situações, da condição de vulnerável na relação jurídica de consumo” (TARTUCE; NEVES, 2018, p. 47). Portanto, através do CDC, o legislador tentou estabelecer condições para que os sujeitos da relação de consumo possam negociar em certo pé de igualdade, de modo a evitar condutas arbitrárias dos fornecedores em detrimento dos consumidores. Por esse motivo é que Leonardo de Medeiros Garcia explicita que “o CDC tem por finalidade, ao proteger o

consumidor, promover o equilíbrio contratual, buscando soluções justas e harmônicas” (GARCIA, 2016, p. 57).

Imperioso fazer um parêntese na explanação com a finalidade de chamar a atenção do leitor para o fato de que a vulnerabilidade se distingue da hipossuficiência. Nesse sentido, “todo consumidor é sempre vulnerável, característica intrínseca à própria condição de destinatário final do produto ou serviço, mas nem sempre será hipossuficiente [...]” (TARTUCE; NEVES, 2018, p. 49). Os mencionados doutrinadores complementam o raciocínio sustentando que

[...] o conceito de hipossuficiência vai além do sentido literal das expressões pobre ou sem recursos, aplicáveis nos casos de concessão dos benefícios da justiça gratuita, no campo processual. O conceito de hipossuficiência consumerista é mais amplo, devendo ser apreciado pelo aplicador do direito caso a caso, no sentido de reconhecer a disparidade técnica ou informacional, diante de uma situação de desconhecimento [...] (TARTUCE; NEVES, 2018, p. 50).

Leonardo de Medeiros Garcia (2017, p. 31), explica que a vulnerabilidade pode ocorrer de três maneiras. A primeira seria a vulnerabilidade técnica, isto é, o consumidor não possui conhecimento sobre as propriedades do bem que está comprando, também nada sabe sobre o processo de fabricação. Somente o fornecedor é quem possui tais informações. A segunda modalidade é a vulnerabilidade jurídica, que diz respeito ao desconhecimento de determinada área do saber que poderia ajudar a entender de maneira mais aprofundada as especificações do produto. Por fim, tem-se a vulnerabilidade fática, entendida como a fragilidade decorrente das condições das partes, isto é, de um lado há, em regra, uma pessoa física, enquanto no outro polo há uma pessoa jurídica dotada de capacidade financeira e estrutura superior.

Deste modo, enquanto a vulnerabilidade está diretamente relacionada com aspectos informacionais dos produtos, a hipossuficiência possui caráter econômico, isto é, trata da capacidade financeira da parte.

Avançando, outro princípio aplicável na relação consumerista é o princípio da boa-fé previsto no inciso III do artigo 4º do CDC. Por meio dele entende-se que deve haver

Harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; (BRASIL, 1990)

Leonardo de Medeiros Garcia, ao se debruçar sobre os desdobramentos desse princípio conclui que “a boa-fé objetiva estabelece um dever de conduta entre fornecedores e consumidores no sentido de agirem com lealdade (treu) e confiança (glauben) na busca do fim

comum, que é o adimplemento do contrato, protegendo, assim, as expectativas de ambas as partes” (GARCIA, 2016, p. 60). A partir da ideia do autor não é incorreto o pensamento de que, embora as partes tenham liberdade e autonomia para negociar, tais prerrogativas não podem ser utilizadas de qualquer maneira, isto é, uma parte não pode interferir de maneira lesiva nos direitos e interesses da outra para se beneficiar, pelo contrário, devem agir com lealdade, transparência, confiança e sem segundas intenções.

O referido doutrinador expõe que esse princípio possui três funções, quais sejam, interpretativa, de controle e integrativa. A primeira função estaria diretamente relacionada com o modo pelo qual se deve interpretar os termos contratuais, isto é, deve-se considerar que foram firmados com lealdade e que por esse motivo merecem preservação. A segunda função, impõe aos sujeitos da relação o dever de agir somente nos limites de seus direitos para evitar prejuízos à parte contrária, em decorrência de um eventual abuso de direito. Por fim, a última função destacada pelo autor diz respeito à obediência aos chamados deveres anexos - deveres estes que serão destacados posteriormente (GARCIA, 2016, p. 67).

Ainda utilizando-se das palavras de Leonardo de Medeiros Garcia, o princípio em comento “[...] constitui um conjunto de padrões éticos de comportamento, aferíveis objetivamente, que devem ser seguidos pelas partes contratantes em todas as fases da existência da relação contratação desde a sua criação durante o período de cumprimento e, até mesmo, após a sua extinção” (GARCIA, 2016, p. 61).

A verificação para que se determine se as partes estão agindo pautados pela boa-fé objetiva passa, como bem lembra Fabrício Bolzan de Almeida (2020, p. 365), pela análise dos deveres anexos, isto é, informação, cooperação e proteção. Em breve síntese, o referido autor leciona que o dever de informar somente será atendido se as informações disponibilizadas ao consumidor forem claras e de fácil compreensão. Em relação ao dever de cooperação, o autor explica que será aperfeiçoado se as partes não impuserem óbices que dificultem a execução do contrato para a outra parte. Ademais, a proteção pode ser visualizada através da consagração dos direitos à saúde e segurança do consumidor, ao mesmo tempo em que se impõe que o fornecedor os respeite.

Para além, em relação a intervenção estatal com enfoque na garantia da qualidade, segurança, durabilidade e desempenho, conforme será melhor trabalhado em momento adequado, tal princípio está positivado no artigo 4º, inciso II, alínea “d” do CDC. Nesse norte, Bruno Miragem destaca que tal princípio pode ser visualizado

[...] pela função determinada a Instituições Públicas, como Ministério Público e Órgãos Administrativos de defesa dos interesses dos consumidores, de atuar na proteção, implementação e efetividade dos direitos deste sujeito vulnerável,

caracterizando-se como efeito do dever fundamental do Estado, estabelecido na Constituição da República” (MIRAGEM, 2016, p. 151).

Em complementação às ideias do referido autor, é necessário atrair os dizeres de Fabrício Bolzan de Almeida, para quem uma vez “[...] criada uma expectativa legítima no público consumidor por meio de uma oferta veiculada em âmbito nacional, por exemplo, imprescindível o produto atender às finalidades anunciadas” (ALMEIDA, 2020, p. 358). Conjugando as lições de ambos os doutrinadores, pode-se chegar à conclusão de que por meio desse princípio o legislador pátrio atribuiu ao Estado o dever de atuar no mercado através de órgãos específicos – como o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) – que estabeleçam parâmetros de qualidade e desempenho dos produtos ofertados no mercado, como forma de garantir que as expectativas dos consumidores sejam correspondidas, bem como para que se preserve a saúde e segurança dos destinatários finais dos produtos e serviços. Portanto, ao analisar tal princípio é preciso ter em mente que a sua manifestação é decorrência do dever de proteção ao consumidor que a Constituição Federal impôs ao Estado.

O último princípio a ser destacado no presente momento é o princípio da educação e informação, positivado no inciso IV do art. 4º do CDC. Nesse sentido, deve-se proceder com a “educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo” (BRASIL, 1990). Desse modo, como bem ensina Humberto Theodoro Júnior, “esse princípio visa à conscientização dos consumidores e dos fornecedores a respeito de seus direitos e deveres nas relações de consumo” (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 51).

A relevância e importância desse princípio podem ser visualizadas quando lembramos que diversos abusos são cometidos contra o consumidor justamente por ele não conhecer os seus direitos na relação de consumo. Nesse sentido, Fabrício Bolzan de Almeida é assertivo ao dizer que o princípio destacado é “[...] de relevante importância numa sociedade tão carente de um sistema educacional adequado e mínimo” (ALMEIDA, 2020, p. 371). Frente a isso pode-se verificar que a proteção do consumidor necessita que ele mesmo tenha conhecimento sobre suas garantias básicas. Para além, um exemplo da materialização desse princípio pode ser visto na Lei nº 12.291/2010, que impôs aos estabelecimentos comerciais o dever de possuírem um exemplar do Código de Defesa do Consumidor, sob pena de sanções (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 51).

Por sua vez, Luana Moreira Pimentel e Nadialice Francischini de Souza aduzem que “[...] consumidor educado tem uma postura consciente diante do ato de consumidor”

(PIMENTEL; SOUZA, 2020, p.2-3). Com isso, considerando as lições dos autores citados, quando o consumidor toma consciência de seus direitos torna-se mais fácil a percepção de práticas consumeristas que lesem suas garantias, permitindo, ainda, um consumo mais consciente.

Por fim, apenas a título informativo, cumpre fazer breve menção aos mecanismos que o legislador exigiu que fossem adotados para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo. Portanto

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros: I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente; II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público; III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo; IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo; V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor. (BRASIL, 1990).

Frente ao exposto, pode-se evidenciar a preocupação que o legislador infraconstitucional teve no momento de estabelecer um arcabouço para proteger os direitos, interesses e expectativas do consumidor durante a relação de consumo. Além disso, os princípios aqui citados podem ser utilizados para a defesa do consumidor em relação a prática de obsolescência programada. Indo mais além, é preciso explorar como o Código de Defesa do Consumidor lida com situações em que, ainda que momentaneamente, a expectativa do comprador é frustrada mediante a caracterização de vício no produto e destacar em que medida esse instituto se relaciona com a obsolescência programada, afinal este é o objeto principal deste trabalho.

3.3 O tratamento conferido pelo Código de Defesa do Consumidor aos vícios dos produtos e a relação com a obsolescência programada

Como destacado anteriormente, o legislador ao estipular as normas do Código de Defesa do Consumidor, teve como móvel proteger os direitos, os interesses e as expectativas do destinatário final dos produtos e serviços comercializados no mercado de consumo.

Frente a isso, imperioso considerar que, quando se adquire determinado produto, espera-se que, além de durar o maior tempo possível, ele esteja em perfeitas condições de uso, contudo, há vezes em que essa expectativa é frustrada seja pelo fato de o bem apresentar –

superficialmente – alguma imperfeição que o torna inutilizável, ou porque – num primeiro momento – o objeto aparenta estar em perfeitas condições, mas em pouco tempo após a aquisição, especificamente durante o uso, ele acaba estragando sem razão aparente. Antevendo tais situações, o legislador criou um conjunto de normas que estabelecem os direitos do consumidor e dos deveres do fornecedor quando da ocorrência de algum vício no produto.

Inicialmente, o artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor inaugura o instituto da responsabilidade civil do fornecedor quando restar evidenciado vício do produto ou serviço. Com isso, o mencionado artigo é cristalino ao aduzir que

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas (BRASIL, 1990).

Frente a isso, uma vez que o produto apresente alguma defasagem o legislador, no parágrafo 1º do referido artigo, possibilitou que antes de qualquer conduta do consumidor, o fornecedor – no prazo de 30 (trinta) dias – possa tentar realizar o conserto do produto ou da peça defeituosa (BRASIL, 1990). Caso tal sujeito não tome a atitude de consertar no prazo mencionado, o legislador definiu certas condutas dentre as quais a parte vulnerável da relação poderá escolher uma. Sendo assim, o consumidor poderá exigir a substituição do bem defeituoso por outro que se encontre em perfeitas condições. Na hipótese onde não queira efetuar essa troca, pode entregar o bem e pedir o reembolso de seu dinheiro, extinguindo, portanto, a relação. Contudo, se o comprador não quiser substituir o objeto e, igualmente, não tenha interesse em reaver a integralidade do valor gasto, o legislador lhe faculta pleitear uma redução no valor do bem proporcional a extensão do vício (BRASIL, 1990). Ademais, como forma de evitar subjetividade e discricionariedade sobre o que seria um produto impróprio para consumo, mencionado no caput do artigo aqui analisado, o parágrafo 6º estabelece a conceituação dessa situação. Nesse sentido

§ 6º São impróprios ao uso e consumo: I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos; II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação; III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam (BRASIL, 1990)

Indo mais além na presente exploração, é preciso destacar o que se entende como vício do produto. Nessa esteira, a doutrina de Fabrício Bolzan de Almeida pondera que a responsabilidade do fornecedor pela caracterização de vício se configura “[...] pela mera

inadequação do produto ou do serviço aos fins a que se destinam” (ALMEIDA, 2020, p. 552). Por seu turno, Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves comentam que tal responsabilidade se visualiza quando “[...] existe um problema oculto ou aparente no bem de consumo, que o torna impróprio para uso ou diminui o seu valor, tido como um vício por inadequação” (TARTUCE; NEVES, 2018, p. 171). Os autores vão além e chamam a atenção para o fato de que nesses casos o problema apresentado pelo objeto não afeta diretamente a integridade física do consumidor – como acontece no fato do produto ou serviço –, se restringindo apenas à estrutura do produto. (TARTUCE; NEVES, 2018, p. 171).

Analisando as lições dos doutrinadores supracitados é possível constatar que houve uma preocupação do legislador em proteger o interesse do consumidor no momento em que adquire determinado bem. Isso se dá pelo fato de que, quando ele adquire o objeto espera que esteja em perfeitas condições de uso e que tenha uma certa durabilidade, considerando que, em muitos casos, espera não precisar trocar o produto tão cedo. Nessa esteira, William Cornetta (2017, p. 159-160) pondera que a própria sistemática do direito consumerista vincula a comercialização de um produto ou serviço a um dever de qualidade que precisa ser observado pelo fornecedor. Com isso, a qualidade

[...] objetiva assegurar que os produtos/serviços colocados no mercado de consumo estejam de acordo com as melhores práticas de controle de qualidade e de segurança, mas não é só isso, pois intrínseca à qualidade está a ideia de que os produtos devem também garantir a satisfação da necessidade dos consumidores e os fins a que se destinam (CORNETTA, 2017, p. 160).

Para além, Pedro Machado Segall (2018, p. 73), ao se debruçar sobre a temática aqui analisada, ressalta que os vícios de qualidade podem se apresentar de duas maneiras, quais sejam, aparente (aquele que pode ser observado de uma simples análise das propriedades estruturais do bem, ou seja, é um problema perceptível) e oculta (aquele que em uma primeira análise é imperceptível, mas que após certo período de uso se torna claro). Imperioso destacar ao leitor que cada modalidade de vício dará azo a uma situação específica para que o consumidor possa buscar os seus direitos junto ao fornecedor, não é por outra razão que Leonardo de Medeiros Garcia sustenta que “a diferenciação entre vícios aparentes/fácil constatação e ocultos será importante para se delimitar o início do prazo decadencial” (GARCIA, 2017, p. 244).

Ademais, “constatado o vício, surge o direito subjetivo de o consumidor demandar o fornecedor pelo prejuízo incorrido” (SEGALL, 2018, p. 74). Frente a isso, o CDC, especificamente em seu artigo 26, estipula prazos para que o comprador exerça esse direito subjetivo. Dito isso, o consumidor terá o prazo de 30 (trinta) – se o produto for não durável –

ou 90 (noventa) – se o bem for durável – dias para reclamar providencias que atendam seus interesses perante o fornecedor (BRASIL, 1990). Findados tais prazos com a inércia do sujeito, ele perderá o direito de reclamar, haja vista que se tratam de prazos decadenciais.

Antes de continuar a exposição, cumpre fazer um parêntese para lembrar o leitor de que “produtos não duráveis são aqueles que se exaurem após o consumo ao passo que os duráveis, a contrário sensu, seriam aqueles que não se exaurem após o consumo, mas que também não se perpetuam, tendo sua vida útil” (GARCIA, 2017, p. 244). Por sua vez, vida útil “[...] é o lapso temporal durante o qual o consumidor pode esperar legitimamente que o produto ou serviço irá funcionar de maneira adequada, se observadas as orientações de uso e fruição do fornecedor” (SEGALL, 2018, p. 78). Portanto, bem durável é aquele que resiste ao uso por grandes períodos, ao passo que produto não durável se deteriora com mais facilidade e em menor tempo. Feita tal consideração, podemos continuar.

O próprio artigo 26, em seus parágrafos, estabelece o momento em que o lapso temporal para reclamar acerca dos vícios terá início. De acordo com o parágrafo 1º do referido dispositivo legal, quando se tratar de vício aparente “inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços”. Por sua vez, o parágrafo 3º do mesmo artigo estabelece que “tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito” (BRASIL, 1990).

Imperioso destacar as lições de Bruno Miragem (2016, p. 660) ao aduzir que, nos casos de vício do produto, a responsabilidade se estende à toda a cadeia de fornecedores, sendo um verdadeiro exemplo de responsabilidade solidária. O autor complementa esclarecendo que o fundamento dessa solidariedade é justamente a proteção dos interesses do consumidor, visto que a ampliação da responsabilidade, possibilitando que a parte vulnerável possa demandar de qualquer dos sujeitos que participaram da introdução do produto no mercado de consumo, torna mais fácil a efetivação dos direitos do consumidor.

Uma questão muito debatida no âmbito doutrinário diz respeito ao prazo máximo pelo qual o fornecedor poderá ser demandado quando se tratar de vício oculto, pois ao fixar os prazos de 30 (trinta) e 90 (noventa) dias para que o autor reclame perante o fornecedor o artigo 26 do CDC não delimitou até quando essa responsabilidade existirá. Para aclarar a questão, utiliza-se o exemplo formulado por Leonardo de Medeiros Garcia, sendo assim, “se adquiro um carro e o vício oculto (por estar presente desde a compra) somente se manifesta 15 anos depois, estaria aberto o prazo decadencial de 90 dias (produto durável) para que fosse sanado o vício pelo fornecedor?” (GARCIA, 2017, p. 246). Pedro Machado Segall (2018, p. 80), destaca que a doutrina se divide em duas correntes. Os idealizadores da primeira entendem que o fornecedor

não pode ser responsabilizado por prazo indeterminado, por isso é importante verificar o prazo de garantia fixado no contrato, pois o sujeito só seria responsável pelos vícios ocultos que se manifestassem durante a vigência da garantia. Já para os defensores da segunda corrente, a questão deveria passar pela análise da vida útil do bem, de modo que a responsabilidade se estenderia aos vícios surgidos durante a vida útil do produto.

Considerando os destaques feitos por Segall, a resposta para o questionamento de Garcia dependerá da corrente invocada, sendo necessário verificar se mesmo após os 15 (quinze) anos o automóvel estaria dentro da garantia ou então qual seria o tempo de vida útil do bem.

Sob outra perspectiva, Pedro Machado Segall (2018, p. 76) reputa ser de extrema relevância distinguir o vício oculto do desgaste natural como forma de entender a obsolescência programada nas relações de consumo atuais. Com isso o autor explica que após certo tempo de uso, o bem acabará, inevitavelmente, apresentando uma deterioração em razão de sua própria utilização, pois tal defasagem faz parte da vida útil de qualquer objeto. Nesses casos tem-se o desgaste natural. De modo diverso, quando houver um defeito preexistente no momento de aquisição, mas que somente se manifesta durante o uso do produto, ter-se-á o vício oculto, ou seja, aquele que, embora já exista desde a concepção ou fabricação do produto, só pode ser constatado durante a utilização do bem.

Frente a tudo que foi dito no presente momento, considerando o fato de que inexistente disposição legal expressa sobre a obsolescência planejada e ressaltando o próprio conceito de vício oculto trazido anteriormente pela literatura especializada no tema, há quem defenda que, nas relações de consumo modernas, a obsolescência programada se manifesta como um vício oculto. Nesse sentido, William Cornetta leciona que através da redução artificial da vida útil do bem “[...] o fornecedor manipula o produto usando a sua engenharia para que venha a falhar no momento definido por ele [...]” (CORNETTA, 2017, p. 168). Para justificar o seu argumento o autor explica que

Diante da inexistência de um dispositivo específico para tratar da obsolescência no CDC, a melhor forma de fazer seu enquadramento é utilizar o vício oculto. [...]. Primeiro, a obsolescência leva o produto a deixar de atender os fins a que se propôs [...]. Segundo, trata-se de uma ação do fornecedor que deliberadamente usa a própria engenharia para fazer o produto ter uma vida útil menor ou usa outros artifícios para induzir o consumidor à compra repetitiva. No caso, pode-se entender que o produto tem uma falha ou erro de projeto (CORNETTA, 2017, p.171).

Observando a explicação do autor, percebe-se que ele considera a obsolescência programada como uma falha que existe no produto desde momentos anteriores a sua aquisição, contudo, somente poderá ser verificada após o uso, exatamente como um vício oculto se

manifesta. De igual modo, Pedro Machado Segall ao dissecar o instituto dos vícios ocultos chega na mesma conclusão externalizada por William Cornetta. Para Segall

A obsolescência programada deve ser considerada um vício oculto, pois, ao reduzir a vida útil do produto ou serviço, configura uma característica que o torna inadequado, porque aquém da legítima expectativa do consumidor, seja por uma questão de qualidade, quantidade, valor, ou disparidade em relação às suas indicações. Além disso, essa característica não pode ser notada de antemão, por meio de um exame superficial do bem (SEGALL, 2018, p. 90)

Para reforçar a sua argumentação o referido autor sustenta que a obsolescência programada, enquanto vício oculto, vincula a responsabilidade do fornecedor – ou melhor, de toda a cadeia de fornecedores, conforme preceitua o parágrafo único do artigo 7º do CDC – durante toda a vida útil do bem (SEGALL, 2018, p. 92). Portanto, quando se entende a obsolescência planejada como uma espécie de vício oculto, significa que todo o arcabouço legal construído pelo legislador em relação a tal instituto será aplicável à ela. Contudo, cumpre salientar que o posicionamento dos autores supramencionados não é pacífico, como se verá em momento adequado.

Concluindo o que foi exposto no presente momento, diferente do que ocorre em países como Estados Unidos, Alemanha e França, o ordenamento brasileiro ainda não foi capaz de adotar dispositivos que versem sobre a regulamentação da obsolescência planejada, entretanto, já existem projetos de leis destinados a essa finalidade. Frente a isso, no último momento do trabalho, busca-se evidenciar a importância da intervenção estatal na regulamentação e enfrentamento da redução artificial da vida útil dos bens, analisando-se as opções de mecanismos que podem ser empregados no tratamento do tema aqui analisado, com ênfase em leis específicas sobre a temática e sugestões de alteração do Código de Defesa do Consumidor.

4 A ATUAÇÃO ESTATAL NA GARANTIA DA DURABILIDADE DOS PRODUTOS E OS MECANISMOS DESTINADOS A REGULAMENTAÇÃO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

No presente momento busca-se ressaltar os mecanismos destinados ao enfrentamento e regulamentação da obsolescência programada no ordenamento brasileiro como forma de identificar se o combate da referida prática se daria por meio da criação de um instituto jurídico próprio ou se, de fato, a obsolescência poderia ser abordada como um vício oculto. Para desenvolver a proposta, na mesma linha do que foi estabelecido em momentos anteriores, optou-se por dividir o capítulo em três seções. Na primeira, aborda-se o dever de intervenção do Estado na relação consumerista para garantir a durabilidade dos produtos colocados no mercado de consumo. Destaca-se, ainda, as diferentes espécies de produtos, com ênfase nos duráveis, não duráveis, perecíveis e os descartáveis. Ao final, evidencia-se em que medida a obsolescência se relaciona com as destacadas espécies de produtos e com os serviços.

Na seção seguinte, explora-se um dos mecanismos pelos quais a referida prática pode ser abordada no ordenamento brasileiro, isto é, através de alterações no Código de Defesa do Consumidor especificamente para tal finalidade. Para tanto, é exposta a importância da codificação e em seguida analisa-se os projetos de lei nº 2.833/2-13 e 7.875/2017, e a proposta elaborada por Marco Aurélio Zeferino em seus escritos.

Por fim, já no último momento do capítulo, dando continuidade à análise dos mecanismos destinados ao trato da obsolescência planejada destaca-se os projetos de lei nº 5.367/2013 e 3.903/2015 que se propõem a abordar a referida prática empresarial não por meio do CDC, mas através de lei específica sobre o tema, explicando, ainda, de maneira breve, a competência para legislar sobre o Direito do Consumidor.

4.1 Vida útil e durabilidade: a intervenção estatal para garantir a durabilidade dos produtos colocados no mercado de consumo, as diferentes espécies de bens consumíveis e a obsolescência planejada

No decorrer do presente trabalho tem sido demonstrado que a obsolescência planejada é uma técnica que, ao reduzir propositalmente a durabilidade de um determinado produto, afeta diretamente a sua vida útil. Foi dito, ainda, que para alguns estudiosos do tema,

a referida técnica empresarial pode ser vista como uma verdadeira espécie de vício oculto que acaba por fazer com que o bem deixe – após um período mais curto do que o consumidor esperava – de atender a finalidade para a qual foi desenvolvido.

Indo mais além, no decorrer do capítulo anterior foi explicitado que o legislador pátrio, verificando o desequilíbrio da relação consumerista, a vulnerabilidade do consumidor e elevando a proteção deste ao status de direito fundamental, desenvolveu um arcabouço legal para tutelar o vínculo entre quem adquire determinado produto ou contrata um serviço e aquele que coloca tais objetos no mercado. Nessa sistemática desenvolvida, o Estado, através de disposições constitucionais e infraconstitucionais, recebeu o dever de proteger o consumidor e uma das formas de efetivar essa obrigação é visualizada justamente na possibilidade de intervenção estatal na relação de consumo, visto brevemente em momentos anteriores. Frente a isso, surge o seguinte questionamento: de que modo o Estado poderia intervir no vínculo consumerista?

Para responder a indagação ganha destaque o artigo 4º, inciso II do Código de Defesa do Consumidor ao consagrar como princípio consumerista a

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor: a) por iniciativa direta; b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas; c) pela presença do Estado no mercado de consumo; d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho (BRASIL, 1990).

Portanto, o referido artigo explicita uma série de mecanismos através dos quais o Estado poderá atuar na relação de modo a proteger os direitos do consumidor – e até mesmo do fornecedor –, bem como efetivar os deveres impostos a cada sujeito na busca da harmonia dos seus interesses. Sob outra perspectiva, Leonardo de Medeiros Garcia, ao interpretar o referido dispositivo legal, destaca que justamente “em decorrência do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, surge a necessidade de se promover a proteção do elo mais fraco pelos meios legislativos e administrativos, visando garantir o equilíbrio e a harmonia nas relações de consumo” (GARCIA, 2017, p. 58).

Relacionando o artigo em destaque com as palavras do referido doutrinador é possível chegar à duas conclusões. A primeira constatação é de que não se pode colocar o produto de qualquer maneira no mercado apenas visando o lucro, até porque o próprio Código de Defesa do Consumidor possui diversos dispositivos que regulamentam a comercialização de bens.

A segunda conclusão é de que o Estado não pode ignorar o seu dever de proteger os destinatários finais dos produtos e serviços, pois se o fizer será conivente com eventuais

violações dos direitos e interesses da parte vulnerável da relação. Deste modo, diferente do que acontece em outras searas do Direito em que a postura estatal é marcada predominantemente pela inércia e neutralidade na tutela do vínculo, na esfera consumerista se exige uma atuação mais ativa e incisiva em benefício do consumidor, tendo em vista a natureza dos direitos envolvidos. Portanto, como bem destaca Bruno Miragem

[...] não se exige do Estado a neutralidade ao arbitrar, via legislativa ou judicial, as relações entre consumidores e fornecedores. Ao contrário, o dever estatal de defesa do consumidor faz com que, por exemplo, o Código de Defesa do Consumidor, nesta condição, estabeleça aos consumidores uma série de direitos subjetivos e aos fornecedores os respectivos deveres de respeitar e realizar tais direitos (MIRAGEM, 2016, p. 150).

Em complementação, atenta-se para o fato de que “o mercado, por sua vez, não apresenta, em si mesmo, mecanismos eficientes para superar tal vulnerabilidade do consumidor. Nem mesmo para mitigá-la” (GRINOVER *et al.*, 2019, p. 63). Isso ocorre pelo fato de que o mercado não conseguiria equilibrar os interesses de ambas as partes, haja vista que sua preocupação é predominantemente com os empresários, ou seja, os sujeitos que efetivamente detém o poder econômico. Desta forma, se faz “[...] imprescindível a intervenção do Estado nas suas três esferas: o Legislativo, formulando as normas jurídicas de consumo; o Executivo, implementando-as; e o Judiciário, dirimindo os conflitos decorrentes dos esforços de formulação e de implementação” (GRINOVER *et al.*, 2019, p. 63)

Dando continuidade, ao se debruçar sobre o inciso II do artigo 4º do código consumerista, Fabrício Bolzan de Almeida (2020, p. 355-357) destaca exemplos da materialização de cada ação governamental contida no dispositivo supramencionado. O caso referente a iniciativa direta é a criação dos PROCONs, que talvez seja o mecanismo mais conhecido por parte dos consumidores que em algum momento foram lesados na relação. No que diz respeito a tais órgãos, José Geral Brito Filomeno, por sua vez, explica que

Sua importância é evidente, no sentido da orientação dos consumidores, sua educação informal e outros serviços disponíveis, além de exercerem, por força do Decreto Federal nº 2.181/97, função fiscalizadora, quanto a eventuais violações de normas de caráter administrativo de defesa do consumidor, bem como legitimação para a propositura de ações coletivas, a teor do disposto no art. 82 do Código de Defesa do Consumidor [...] (FILOMENO, 2018, p. 59)

Ademais, em relação as associações representativas, Fabrício Bolzan de Almeida (2020, p. 355) menciona a Associação de Defesa do Consumidor (ADECON), do Rio Grande do Sul, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e o Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (BRASILCON), ou seja, órgãos que conferem aos consumidores a possibilidade de participarem de maneira mais ativa do cumprimento da legislação que lhes envolve (FILOMENO, 2018, p. 59).

Ainda de acordo com Almeida (2020, p. 356), a presença direta do Estado no mercado é visualizada mediante a atuação de agências reguladoras como a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), além da presença de empresas estatais na exploração de atividades que tipicamente eram desenvolvidas pelo setor privado, isso acontece pelo fato de que cada vez mais se

[...] reserva, para o Estado, apenas das atividades que digam respeito ao bem comum (ou seja, no campo político, a manutenção da ordem e segurança internas, pela manutenção das forças policiais, e na ordem externa pelas forças armadas [...] e no campo social, propiciando-se educação, saúde, saneamento básico, lazer etc.) (FILOMENO, 2018, p. 59)

Por fim, na alínea “d” do artigo analisado, tem-se a previsão da intervenção estatal ou governamental de maior relevância para o propósito do presente trabalho, ou seja, “pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho” (BRASIL, 1990). Da análise do comando legal é possível observar que o Estado deverá sempre garantir que os produtos e serviços ofertados pelos fornecedores tenham certa durabilidade e desempenho, considerando que tais características se traduzem na expectativa do consumidor, isto é, sempre que determinado bem é adquirido se espera que dure por um certo lapso temporal, dentro do qual o consumidor poderá utilizá-lo em seu potencial máximo sem precisar se preocupar com uma brusca queda de desempenho ou resistência (CORNETTA, 2019, p. 77).

Um importante aparato estatal que ganha relevância nesse momento é o Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (SINMETRO) que possui a função de “[...] formular e executar a política nacional de metrologia, normalização industrial e certificação de qualidade de produtos industriais” (ALMEIDA, 2020, p. 359). Esse sistema é efetivado através da atuação de diversos órgãos, dentre os quais se destacam o Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (CONMETRO), e o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO). Nesse norte, a principal atribuição do primeiro órgão é “[...] homologar as normas de segurança e qualidade, hoje a cargo, em sua grande maioria, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)” (FILOMENO, 2018, p. 60). Por sua vez, o segundo órgão aqui destacado possui “[...] funções executivas. Ou seja, a implementação, efetivação e fiscalização no tocante às referidas normas de segurança e qualidade” (FILOMENO, 2018, p. 60).

Avançando na explanação, imperioso salientar que a durabilidade de um produto está intimamente relacionada com a sua vida útil, portanto, não é possível discutir um tema sem mencionar o outro. Logo, para a conceituação do que se entende por vida útil aproveita-se das

palavras de William Cornetta, para quem “[...] vida útil é o espaço de tempo de existência de determinada coisa durante o qual possa ter algum uso ou se preste para alguma utilidade” (CORNETTA, 2019, p. 80). Por sua vez, durabilidade está relacionada com a noção de resistência, conforme definição do dicionário Houaiss (2009, p. 264). Pode-se afirmar, ainda, que “[...] é a característica esperada de um produto cujo uso não se esgota no primeiro momento e pode ser utilizado por um determinado espaço de tempo para o fim a que se propôs, sem perder as suas peculiaridades” (CORNETTA, 2019, p. 99).

Portanto, através das conceituações destacadas atenta-se para o fato de que embora os dois termos caminhem juntos usá-los como sinônimos é um equívoco. Isso porque a vida útil está diretamente relacionada ao tempo de uso, enquanto a durabilidade é uma característica intrínseca dos produtos e está associada com a resistência. Para além, é possível entender que os bens precisam ser projetados e desenvolvidos com certa resistência, justamente para que consigam suportar os desgastes do tempo e do uso durante o seu período de vida útil, preservando o seu desempenho e características essenciais durante esse marco temporal. Com isso, a noção de vida útil e durabilidade do objeto garantem ao comprador um certo lapso dentro do qual, se o bem for utilizado em consonância com as instruções dadas pelo fornecedor, manterá sua resistência, não precisando ser descartado e substituído por outro.

É necessário destacar, ainda, que os produtos colocados no mercado pelos fornecedores podem ser de variadas espécies, fato que acaba por gerar lapsos de vida útil diferentes para cada objeto, bem como noções de durabilidade diversas. Dentre as modalidades de objetos, menciona-se como as mais relevantes para o trabalho os bens duráveis, os não duráveis, os perecíveis e os descartáveis.

Os produtos duráveis são, na concepção de Sérgio Cavalieri Filho, aqueles que “[...] não se extinguem com o uso, que levam tempo para se desgastarem; podem e devem ser utilizados muitas vezes” (CAVALIERI FILHO, 2019, p. 190). Portanto, esses tipos de bens são aqueles desenvolvidos com uma certa resistência que lhes confere maior longevidade, permitindo aos consumidores a sua utilização por longos períodos sem que haja significativo desgaste. Por sua vez, produto não durável pode ser conceituado como “[...] aquele que se extingue ou se vai extinguindo com a utilização” (CAVALIERI FILHO, 2019, p. 190). Com isso, embora tais bens possuam determinado nível de durabilidade, esse atributo não é sua característica essencial, de modo que em decorrência do uso constante acabam por sofrer grandes desgastes até o momento em que não mais existam.

Em continuidade, “[...] bens perecíveis não são duráveis e, dada a sua fragilidade, dependem de conservação especial para que não se estraguem ou pereçam em um prazo muito

exíguo” (CORNETTA, 2017, p. 74). Com essa conceituação, pode-se evidenciar que esse tipo de bem, diferente dos outros, necessita de um prazo muito mais curto para ser consumido. São comumente associados a noção de prazo de validade, conceituado como “[...] o lapso de tempo durante o qual o produto pode ser armazenado e consumido sem perder as suas características e sem apresentar algum risco ao consumidor” (CORNETTA, 2017, p. 155). Uma vez alcançado tal lapso tornar-se-ão inconsumíveis.

Em relação a última modalidade de objetos a ser destacada, William Cornetta explica que “produtos descartáveis são duráveis; apenas são utilizados ou uma vez ou poucas vezes e, como o próprio nome indica, depois são descartados” (CORNETTA, 2017, p. 76). Desta forma, tais bens, enquanto não utilizados se assemelham aos bens duráveis, resistindo a significativos períodos, contudo, após uma ou algumas poucas vezes de uso atingem a sua finalidade, precisando de descarte.

Considerando as referidas espécies de bens e até mesmo outras modalidades existentes surgem diversos tipos de questionamentos relacionados a durabilidade e vida útil, entretanto, acredita-se que os mais relevantes para a finalidade do presente trabalho dizem respeito a possibilidade – ou não – de utilizar a obsolescência programada em todo e qualquer produto – e até mesmo nos serviços. A segunda indagação reside em saber como pode ser fixado o prazo de vida útil e durabilidade dos produtos.

A resposta para o primeiro ponto passa pelas palavras de Pedro Machado Segall. Para o autor “[...] embora a obsolescência programada seja mais comum em produtos, ela abarca também serviços, na medida em que a assistência técnica é propositalmente subdesenvolvida ou encarecida para induzir o consumidor a comprar o novo [...]” (SEGALL, 2018, p. 12). Em complementação a isso, William Cornetta afirma que “[...] independente da classificação dos produtos o artifício da obsolescência pode ser aplicável” (CORNETTA, 2017, p. 78). Logo em seguida, o autor faz a ressalva de que apenas os produtos perecíveis não sofrem a interferência artificial em sua vida útil, pois, conforme a sua conceituação e natureza já possuem como característica um período de existência reduzido em relação a outros bens, logo, não faria sentido limitar – ainda mais – esse ciclo (CORNETTA, 2017, p. 78). Frente as lições dos supramencionados autores, conclui-se que a obsolescência programada pode ser utilizada na grande maioria dos produtos comercializados no mercado, entretanto, tal prática empresarial não se restringe somente aos objetos, podendo ser utilizada, também, nos serviços.

Passando para análise da segunda questão, é preciso dizer que não há legislação ou normativa que estabeleça prazo de vida útil e/ou durabilidade para os produtos, haja vista que o legislador jamais conseguiria o fazer, pois ano a ano, em decorrência da constante evolução

tecnológica e social, surgem novos produtos no mercado. Ademais, como observa William Cornetta

A vida útil do produto depende dos materiais utilizados na sua confecção, da qualidade do design, da manufatura e montagem, da qualidade do projeto, da facilidade de manutenção e reparabilidade, e da possibilidade de atualização ou melhoria de seus componentes (upgrade) (CORNETTA, 2017, p.124).

Sendo assim, considerando a variedade de produtos, cada um com diferentes especificidades, componentes e até mesmo formas de serem utilizados, torna-se demasiadamente difícil estabelecer um exato prazo de vida útil para os produtos de maneira individualizada e impossível fixar um prazo de vida útil que possua caráter universal, o que pode ser feito são estimativas através de cálculos, haja vista que “[...] o fabricante de produtos tem condição e dispõe de metodologias capazes de calcular o tempo de vida útil de determinado produto, seja antes ou depois da sua colocação no mercado de consumo” (CORNETTA, 2019, p. 83). Em razão de tais fatos, Pedro Machado Segall pondera que

[...] a ausência de prazo atenta contra a segurança jurídica, podendo ser fonte de abusos, bem como encarecer o bem. Por outro, seria arbitrário e desproporcional um único prazo geral de garantia, além de impraticável a confecção de uma lista para cada produto e serviço oferecido no mercado (SEGALL, 2018, p. 104).

Novamente se faz necessário utilizar das palavras de William Cornetta para ressaltar outra questão que acaba por influenciar na presente discussão, qual seja, o fato de que o legislador, ao tratar especificamente sobre os deveres e responsabilidades dos fornecedores, foi omissivo em relação ao tratamento de diversos aspectos da vida útil e durabilidade. O autor, exemplificando esse silêncio legislativo, aduz que “não existe nenhuma legislação que obrigue o fornecedor a informar a vida útil. A situação piora quando se verifica que também não existe normativa que obrigue o fornecedor a colocar no mercado produtos com a vida útil maior que as versões anteriores [...]” (CORNETTA, 2017, p. 156).

Considerando todos os pontos trazidos até aqui, e na tentativa de responder o questionamento formulado, invoca-se as lições de Pedro Machado Segall, para quem deve-se “[...] atribuir ao magistrado a função de, no caso concreto, determinar a vida útil, segundo as características do produto ou serviço, assim como a legítima expectativa da sua fruição e parâmetros de adequação, sem descuidar das orientações traçadas pela jurisprudência” (SEGALL, 2018, p. 104). Portanto, para o autor, o Estado deveria tratar sobre a fixação de prazos de vida útil na seara judicial, e não na esfera legislativa ou administrativa.

Em síntese, a omissão do legislador no tratamento de temas como durabilidade, desempenho, vida útil e da obsolescência planejada dificulta a própria atuação estatal, haja vista que não poderá cumprir seu papel ante a ausência de previsão de parâmetros específicos para

isso. Deste modo, percebe-se a existência de lacunas no tema aqui analisado, de modo a permitir – ou melhor, não vedar – a utilização da obsolescência contra o consumidor.

Frente a isso, existem dois pontos diametralmente opostos. De um lado tem-se a redução artificial e proposital da vida útil dos aparelhos que acaba por refletir em sua durabilidade, e do outro verifica-se o dever de o Estado garantir a durabilidade dos bens. Considerando tais fatos e partindo do pressuposto de que para o Estado cumprir sua responsabilidade é necessário combater a obsolescência passa-se a expor os mecanismos capazes de regulamentar a referida prática empresarial, como forma de permitir a proteção dos direitos consumeristas, com ênfase no Código de Defesa do Consumidor e lei específica.

4.2 O tratamento da obsolescência programada através de alterações no Código de Defesa do Consumidor

A obsolescência programada merece ser combatida – ou pelo menos regulamentada – no ordenamento pátrio brasileiro. Essa necessidade decorre de consequências negativas tanto na esfera consumerista quanto na esfera ambiental, além do próprio dever de o Estado proteger a parte vulnerável da relação. Em primeiro lugar, a repercussão na esfera do consumidor pode ser verificada através da vulnerabilidade dos destinatários finais dos produtos e serviços que, por não possuírem meios para produzir bens, precisam se sujeitar aos termos estipulados por quem detenha tais aparatos, isto é, os fornecedores. Com isso, a redução da durabilidade e vida útil dos produtos incentiva – não seria exagero dizer que obriga – que haja a aquisição de novos bens cada vez mais rápido.

Ademais, embora não seja a proposta do presente trabalho, não se pode deixar de mencionar que o reflexo ambiental da referida prática, se dá mediante a crescente exploração de recursos para a fabricação de produtos em larga escala, bem como pelo aumento do descarte dos objetos que se tornam obsoletos com lançamento de versões melhoradas e novas gerações dos bens (FERNANDES; BENATTI, 2020, p. 8).

Imperioso atentar para o fato de que, embora a doutrina que considera que se trata de uma prática que afeta negativamente os direitos consumeristas e a legítima expectativa dos consumidores em relação a durabilidade dos bens se fortalece e que alguns parlamentares começam a demonstrar entendimentos nesse mesmo sentido, até o atual momento, inexistente qualquer mecanismo próprio para tratar do tema, pelo contrário, algumas vezes aplica-se –

justamente por falta de meios próprios e numa espécie de analogia – o arcabouço legal dos vícios ocultos, contudo, entende-se que a obsolescência planejada merece tratamento específico. Nessa linha, Fernando Antônio De Vasconcelos e Arthur Augusto Barbosa Luna entendem que

[...] a obsolescência programada pode não ser combatida adequadamente com o remédio destinado à reparação dos vícios ocultos. Enquanto o vício se apresenta como falha, obsolescência programada não. Como saber se o desgaste prematuro das peças de um produto aconteceu em virtude de um projeto ruim ou o seu desgaste prematuro foi, na verdade, resultado de um projeto brilhante, que fixou um prazo de validade num produto sem deixar evidências da malícia? A resposta simples: não é possível. (VASCONCELOS; LUNA, 2017, p. 16)

Frente a isso fica clara a necessidade de se elaborar um arcabouço próprio, com mecanismos específicos para tratar adequadamente essa prática comercial. Nesse norte, ao falar da tutela dos direitos e interesses do consumidor e dos deveres imputados aos fornecedores torna-se impossível não lembrar do Código de Defesa do Consumidor. Logo, surge a dúvida que se pretende responder no presente momento: é possível regulamentar a obsolescência planejada através do CDC?

Antes de abordar efetivamente tal ponto, mister se faz destacar a importância da codificação no ordenamento brasileiro.

De acordo com Ada Pellegrini Grinover *et al.* (2019, p. 63) a evolução da sociedade trouxe avanços e benefícios para diversas áreas, contudo, não se pode fechar os olhos para pontos que foram comprometidos. Um desses pontos diz respeito a relação de consumo, onde deixou de existir uma igualdade entre as partes no momento das negociações e passou a se caracterizar uma flagrante desproporcionalidade entre as forças envolvidas no vínculo, o que acentua a delicadeza de temas que envolvem a relação consumerista.

Os autores entendem que a Constituição Federal, ao prever a adoção de um Código ao invés de permitir a tutela da relação consumerista mediante lei, o fez por entender que o Código permitiria uma maior segurança e efetividade em relação à finalidade a que se destina. (GRINOVER *et al.*, 2019, p. 65). Ademais a codificação “primeiramente, dá coerência e homogeneidade a um determinado ramo do Direito, possibilitando sua autonomia. De outro, simplifica e clarifica o regramento legal da matéria, favorecendo, de uma maneira geral, os destinatários e os aplicadores da norma” (GRINOVER *et al.*, 2019, p. 65).

Rapidamente explicada a importância do Código de Defesa do Consumidor e da própria codificação pode-se avançar para elaborar uma resposta ao questionamento feito anteriormente. Indo direto ao ponto, é possível combater a obsolescência via CDC, contudo,

não nos exatos termos vigentes. É necessária a introdução de disposições específicas para tanto, bem como a alteração de dispositivos já existentes.

Primeiramente, ressalta-se que o código consumerista, em seu artigo 39 estabelece em seus incisos um rol de práticas abusivas que são vedadas, com isso impossibilita que os fornecedores utilizem qualquer das condutas lá descritas em detrimento da parte vulnerável da relação. Nesse sentido, dentre as diversas práticas tidas como abusivas destaca-se as seguintes:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [...] IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços; [...] VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro); [...] X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços (BRASIL, 1990).

Ao analisar o dispositivo mencionado acima, Leonardo de Medeiros Garcia (2017, p. 317) explica que o rol, ao utilizar a expressão “dentre outras práticas abusivas”, possui um caráter meramente exemplificativo, admitindo que o aplicador do Direito, na análise do caso concreto, determine que práticas semelhantes às listadas possam ser consideradas abusivas, ainda que não descritas expressamente no artigo.

Dessa maneira, considerando a referida característica do rol e tudo o que já foi dito no presente trabalho não seria um erro afirmar que a obsolescência programada pode ser considerada uma prática abusiva para os fins do artigo exposto. Na intenção de deixar explícita tal questão, destaca-se o projeto de lei nº 7.875/17 de autoria da Deputada Federal Mariana Carvalho (PSDB/RO), apresentado na Câmara dos Deputados, atualmente em pauta na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços (CDEIS). A ementa menciona que o projeto “adiciona inciso ao art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para vedar a obsolescência programada” (BRASIL, 2017).

Nesse sentido, a Deputada elabora a redação de um inciso XIV para o artigo 39 do CDC, prevendo como prática abusiva “programar ou executar, de qualquer forma, a redução artificial da durabilidade de produtos colocados no mercado de consumo ou do ciclo de vida de seus componentes com o objetivo de torná-los obsoletos antes do prazo estimado de vida útil” (BRASIL, 2017, p. 1). Na justificativa da proposta, além de sugerir que a violação ao novo inciso sujeitaria o infrator às sanções administrativas previstas no artigo 56 do CDC, a parlamentar argumenta que

Embora as constantes evoluções nos campos da produção industrial e da comercialização de bens possam, efetivamente, reverter em benefícios para os consumidores, temos presenciado a incômoda e excessiva colocação, pelos fornecedores, de produtos destinados a ter durabilidade voluntariamente reduzida, de

modo a estimular ou mesmo obrigar (no caso de bens essenciais) a recompra do produto ou sua substituição por novos modelos, muito antes do término de seu esperado ciclo de vida útil. Esse insistente comportamento lesivo não tem sido coibido a contento, fato que demonstra a patente necessidade de aprimoramento da arquitetura normativa de proteção ao consumidor (BRASIL, 2017, p. 2).

Como pode ser verificado, a Deputada reconhece que o ordenamento jurídico brasileiro é insuficiente em relação ao tratamento da obsolescência planejada, entendendo, ainda, ser necessária uma melhoria em relação a esse tema. De mais a mais, o projeto “[...] tem o mérito de não confundir obsolescência programada com desenvolvimento tecnológico, ao ressaltar que a redução da vida útil do bem, no primeiro caso, é artificial” (SEGALL, 2018, p. 128). Percebe-se, ainda, o cuidado da parlamentar em não restringir demasiadamente a aplicação do inciso por ela elaborado, em outras palavras, ao utilizar a expressão “de qualquer forma” se refere a diversas espécies de obsolescência planejada.

Em continuidade, o Deputado Vinícius Carvalho (REPUBLICANOS/SP), ao analisar a proposta acima exposta, reconhece a importância de combater a prática analisada, entretanto, tece críticas ao texto elaborado. Nesse sentido, em seu parecer aduz o seguinte:

[...] rogo aos meus pares que analisem com cuidado a proposição da nobre Deputada Mariana Carvalho, e votem pela sua aprovação. Não na sua formulação original, cuja redação usa conceitos imprecisos – por exemplo, adotar práticas com o “objetivo de torná-los [os produtos] obsoletos antes do prazo estimado de vida útil” - e, pois, de difícil aplicação pelos julgadores, o que reduz a eficácia da norma e abre as portas para a continuidade da prática danosa (BRASIL, 2018, p. 9).

Pertinente é a crítica elaborada pelo parlamentar, haja vista que o uso da expressão por ele citada, sem qualquer tipo de fundamentação mais elaborada no sentido de estabelecer parâmetros que permitam constatar o *animus* do fornecedor, acentua um problema em relação a verificação da manifestação da obsolescência planejada no caso concreto, qual seja, a demonstração da intenção do fornecedor em reduzir a vida útil e durabilidade dos produtos. Importante destacar que somente há que se falar em obsolescência programada quando o fornecedor deliberadamente age no sentido de introduzir no mercado um produto de baixa durabilidade, ao contrário, quando esse baixo lapso de resistência decorre de outros fatores, ainda que possa ser verificada eventual prática abusiva, não se fala em obsolescência planejada.

Em continuidade, o Deputado propõe, através de um substitutivo ao projeto original, “[...] a criação e a afiação nos produtos de um Selo de Durabilidade. Esse Selo mostrará ao consumidor a durabilidade esperada do produto, dando-lhe a oportunidade de, eventualmente, pagar mais caro para obter um produto mais durável” (BRASIL, 2018, p. 9).

O parlamentar vai além e defende que “[...] o Poder Executivo progressivamente reduza os impostos incidentes sobre os produtos mais longevos” (BRASIL, 2018, p. 9). Frente

a tais considerações, conclui-se que a intenção do substitutivo é conscientizar o consumidor sobre a durabilidade dos produtos ofertados no mercado, ao passo que confere a ele o poder de escolher o bem com o prazo de durabilidade que melhor lhe atenda e, ao mesmo tempo, busca incentivar os fornecedores a produzirem bens com durabilidade estendida através de incentivos fiscais. Mas não só isso, o substitutivo complementa a proposta da Deputada Mariana Carvalho mediante a previsão de novos artigos. Nesse sentido:

Art. 1ª Política Nacional de Conservação de Recursos Naturais visa à alocação eficiente de recursos naturais, à redução da geração de dejetos sólidos e à preservação de condições adequadas ao florescimento da vida humana no Território Nacional.

Art. 2º Todo produto comercializado no Brasil terá, em local claramente visível e destacado e de fácil leitura, Selo de Durabilidade, informando a sua durabilidade esperada em condições normais de uso.

§ 1º Consideram-se condições normais de uso o funcionamento do produto, no desempenho das funções para as quais foi produzido, em condições frequentemente encontradas no Brasil, admitindo-se que o mesmo produto possa ter durabilidades distintas, a depender do uso a que é submetido, caso em que o Selo de Durabilidade informará as características básicas de tais usos.

§ 2º O Selo de Durabilidade poderá conter informações gerais, desde que remeta à página na internet na qual os detalhes das condições de uso e as respectivas durabilidades estejam claramente discriminadas, em destaque de fácil leitura.

Art. 3º A maior vida útil de um produto, em comparação com outros produtos destinados à mesma finalidade, conforme informado nos respectivos Selos de Durabilidade, será utilizada pelo Poder Executivo como fator redutor das alíquotas de impostos federais sobre ele incidentes.

Parágrafo único. No prazo de um ano após a publicação desta Lei, será estabelecido um Programa de Metas para a progressiva ampliação da durabilidade dos produtos, sem prejuízo da incorporação da evolução tecnológica aos mesmos.

Art. 4º Os fabricantes, importadores e comercializadores de quaisquer mercadorias afixarão os Selos de Durabilidade em todos os seus produtos.

Parágrafo único. No caso de desconhecimento entre as informações constantes do Selo de Durabilidade, ou da página eletrônica nele mencionada, e a efetiva durabilidade do produto, o fabricante, solidariamente ao comercializador, dará ao consumidor prejudicado um produto novo de características iguais ou superiores ao produto original.

Art. 5º Os produtos encontrados no mercado sem o Selo de Durabilidade após um ano da publicação desta Lei serão recolhidos, no prazo máximo de trinta dias, pelos respectivos fabricantes e comercializadores.

Art. 6º Findo prazo estabelecido no art. 5º desta Lei, os fabricantes e comercializadores estarão sujeitos à multa por unidade, a ser estabelecida em regulamento, de até cem por cento do preço de venda no atacado por eles praticados.

Art. 7º Admitir-se-á que os fabricantes destaquem, nos Selos de Durabilidade ou nas páginas eletrônicas a que os Selos remetem, durabilidades distintas para peças ou componentes específicos do produto.

Parágrafo único. Nos casos previstos no caput, o fabricante se compromete a assegurar, por si ou por terceiros, a disponibilidade no mercado, com a mesma frequência do produto completo, de peças sobressalentes para que seja permitido ao consumidor adquirir as peças que se desgastarem e ter o produto recomposto para uso. (BRASIL, 2018, p. 11-13).

Em que pese tais ponderações e o aperfeiçoamento de alguns pontos específicos, o substitutivo merece críticas. Pode ser elaborada uma ponderação em relação a própria finalidade do Selo de Qualidade proposta pelo Deputado. Isso porque afirmar que o consumidor poderia pagar mais por um bem com maior durabilidade, como forma de fugir da baixa resistência dos

produtos, implica defender que o sujeito teria que pagar para não ser vítima de uma prática abusiva. Na mesma linha, o Deputado Vitor Lippi (PSDB/SP), embora se posicione no sentido de concordar com a necessidade de combate à obsolescência programada, defende em seu voto que

[...] o Relator propõe que o fabricante dos produtos declare no selo de durabilidade a vida útil estimada do produto, o que na nossa opinião não tem o condão de resolver a questão, mas apenas criar embaraços e custos adicionais aos fabricantes de produtos em geral, deixando a legislação consumerista sem a devida atualização. [...]. Não fosse apenas isso, o argumento de que o selo supostamente estimulará a “consciência cidadã com relação à importância da conservação dos recursos naturais” não nos convence, pois na realidade o que podemos antever é que possivelmente o Consumidor ao receber seu produto com o selo nele afixado, certamente tratará de retirá-lo imediatamente, muitas vezes sem ao menos ler o seu conteúdo (BRASIL, 2018, p. 4-5).

Imperioso atentar para um ponto de extrema relevância trazido na argumentação acima exposta. O Deputado ressalta o descaso dos consumidores em relação aos seus próprios direitos, visto que em muitos dos casos sequer atentam para as especificações do bem. Logo, a edificação de um sistema destinado a lidar com a obsolescência programada perpassa necessariamente pela conscientização e educação dos destinatários finais dos produtos e serviço acerca de seus direitos e garantias.

Para finalizar o voto, o parlamentar aduz que somente deve ser feito um acréscimo ao inciso XIV proposto pela Deputada Mariana Carvalho, por esse motivo formula a seguinte complementação ao inciso:

XIV – programar ou executar, de qualquer forma, a redução artificial da durabilidade de produtos colocados no mercado de consumo ou do ciclo de vida de seus componentes com o objetivo de torná-los obsoletos **em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes, ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro)** (BRASIL, 2018, p. 6) [*Grifou-se*].

Nota-se que o texto sugerido pelo Deputado Vitor Lippi conjuga a proposta do inciso formulado pela Deputada Mariana Carvalho com a redação do já existente inciso VIII do artigo 39 do CDC. Necessário se faz pontuar que da redação do dispositivo supratranscrito pode-se extrair que os órgãos nele citados, além de todas as atuais funções, seriam responsáveis por determinar a estimativa de vida útil e durabilidade dos produtos, o que seria impraticável se considerarmos a variedade de produtos existentes no mercado e a infinidade de componentes que cada modelo utiliza. Dessarte, mesmo que o parlamentar atente para pontos relevantes no debate da obsolescência planejada, a sua sugestão ainda não seria a mais completa para dedicar-se ao tema, na medida em que deixa lacunas.

Frente a insuficiência da primeira proposta e de seus desdobramentos, imperioso passar para a análise da segunda sugestão de alteração do Código de Defesa do Consumidor. Em 2019, o Senador Jean Paul Prates apresentou o projeto de lei nº 2.833/2019, atualmente em trâmite no Senado Federal, que “adiciona inciso ao art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para vedar a obsolescência programada” (BRASIL, 2019, p. 2). Com isso, o referido dispositivo legal passaria a contar com um inciso XV, prevendo a abusividade da conduta de “programar ou tornar possível, de qualquer forma, a redução artificial da durabilidade dos produtos colocados no mercado de consumo ou do ciclo de vida de seus componentes com o objetivo de torná-los obsoletos antes do prazo estimado de vida útil” (BRASIL, 2019, p. 2).

Para além, importante fazer ponderações relacionadas a proposta do Senador. Nessa linha, Cristiano dos Reis Fernandes e José Heder Benatti atentam para o fato de que a intenção do parlamentar

[...] é no sentido de fixar como prática abusiva a redução proposital e voluntária da durabilidade dos bens tomando como base o critério vida útil. Contudo, o objetivo é a instituição por meio do referido projeto de lei enfrenta a ausência da especificidade da definição do que vem a ser vida útil de um bem (FERNANDES; BENATTI, 2020, p. 157).

Com isso, a novidade proposta pelo Senador não preencheria todas as lacunas existentes em relação a obsolescência, haja vista que, não estabelecendo o conceito legal de vida útil dos bens, obrigaria o Poder Judiciário a utilizar de analogias ou conceitos doutrinários para analisar se os casos levados aos tribunais se caracterizam ou não como hipótese da prática empresarial aqui destacada e, portanto, possuindo caráter abusivo.

Deste modo, o dispositivo poderia causar insegurança jurídica, na medida em que permitiria que o enquadramento da obsolescência programada na situação sob julgamento se desse exclusivamente com base em uma discricionariedade do magistrado que conduz o processo. Portanto, entende-se que a proposta – nos exatos termos em que se encontra – se mostra insuficiente para o trato da redução da vida útil e durabilidade dos produtos, sendo necessárias algumas melhorias, modificações e aprofundamento.

A última proposta que merece destaque se inicia com Marco Aurélio Pieri Zeferino propondo a seguinte indagação em relação a regulamentação da obsolescência planejada: “[...] estaria a sociedade brasileira preparada para combater tais práticas tão somente pela implementação de um consumo racional ou haveria a necessidade de positivação de normas para seu efetivo implemento?” (ZEFERINO, 2020, p. 19). O próprio autor responde o questionamento afirmando que um fator não exclui o outro, portanto, embora a sociedade brasileira caminhe – ainda que paulatinamente – para um consumo mais consciente, se faz

necessária a adoção de mecanismos específicos para o combate da prática abordada, como forma de oferecer meios para solidificar essa consciência consumerista (ZEFERINO, 2020, p. 19).

O autor também entende que a abordagem da obsolescência programada no ordenamento brasileiro passa por uma alteração no Código de Defesa do Consumidor para que esse dispositivo trate expressamente sobre a referida problemática. A proposta deste jurista, mesmo que não seja um projeto de lei, se mostra mais completa se comparada com as sugestões analisadas anteriormente.

Enquanto os projetos de lei nº 2.833/2019 e o nº 7.875/17 propunham, em síntese, o acréscimo de um inciso no artigo 39 que dispõe sobre práticas abusivas, a proposta de Zeferino é mais audaciosa, prevendo a alteração de diversos dispositivos como forma de criar um arcabouço coeso e harmônico. A primeira alteração reside em incisos do artigo 6º, que estabelece os direitos básicos do consumidor. A atual redação do inciso III estabelece como direito consumerista “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem” (BRASIL, 1990). Tal comando refere-se, portanto, ao direito de a parte que adquire o bem ser informada sobre as especificidades daquilo que está sendo comprado, de modo a evitar que haja futuras surpresas negativas.

Partindo dessa premissa o autor propõe um discreto – porém significativo – acréscimo para que o inciso preveja o direito de informação acerca da durabilidade do bem. Nesse sentido, a nova redação do dispositivo fixaria como direito “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, **estimativas de durabilidade**, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem” (ZEFERINO, 2020, p. 20) [*Grifou-se*].

Através dessa pequena alteração, o legislador estaria sanando um importante problema, isto é, o consumidor adquire determinado produto sem saber o seu tempo de durabilidade e sua vida útil, apenas possui uma noção fruto de experiências anteriores similares, mas sequer dispõe do conhecimento necessário para calcular tal prazo de maneira mais precisa. Com isso, ao conscientizar os compradores acerca desses lapsos, espera-se que eles se tornem mais prudentes, podendo escolher produtos com maior durabilidade e vida útil, enfraquecendo, de certa forma, a discricionariedade dos fornecedores em relação a fixação de curtos prazos de durabilidade dos bens (ZEFERINO, 2020, p. 20).

Em seguida, a próxima modificação diz respeito ao acréscimo de um inciso XI também no artigo 6º. Deste modo, o referido dispositivo estabeleceria como direito básico do consumidor “a proteção econômica contra os riscos provocados pela adoção de práticas tendentes à fabricação de produtos com técnicas, elementos, materiais e componentes de menor durabilidade que reduzam o ciclo de vida útil dos produtos” (ZEFERINO, 2020, p. 20). Analisando tal disposição verifica-se que a intenção é desestimular o uso de materiais de qualidade inferior no desenvolvimento do produto por parte do fornecedor, considerando a expectativa do consumidor de que o objeto possua certo grau de durabilidade. Por fim, entende-se que a aferição da qualidade dos componentes utilizados nos produtos poderia se dar através de uma simples perícia feita por profissional técnico ou órgão especializado.

O terceiro ponto passível de modificação diz respeito ao artigo 39 – assim como sugerido em outras propostas já analisadas. De acordo com a exposição feita pelo autor aqui examinado, é imprescindível o acréscimo de um inciso XV no referido artigo, prevendo como prática abusiva as condutas de

Projetar, programar, inserir, executar, enviar programas, técnicas, componentes e peças que diminuam a durabilidade dos produtos disponibilizados no mercado de consumo ou que reduzam a viabilidade econômica de seu reparo, manutenção e adaptabilidade tecnológica às novas funções com o objetivo de mitigar o ciclo de vida útil pela prática da obsolescência programada (ZEFERINO, 2020, p. 21).

De uma comparação entre as propostas de prever a obsolescência planejada como prática abusiva, o texto de Zeferino se mostra como mais completo, na medida em que se esforça para descrever diferentes condutas que podem ser consideradas abusivas em relação a prática analisada – em relação a esse ponto, remete-se o leitor ao primeiro capítulo do presente trabalho onde se abordou as diferentes modalidades dessa prática.

Para além, embora o maior grau de especificidade dessa proposta pode-se aplicar à ela o mesmo comentário feito em relação a previsão do Senador Jean Paul Prates, ou seja, ao mencionar “ciclo de vida útil” não estabelece qualquer definição ou explicação do que se entende como o referido prazo para os fins da proposta, fato que pode acarretar insegurança jurídica, ficando a cargo do Poder Judiciário interpretar se o produto que apresentou defeitos está ou não dentro do seu “ciclo de vida útil”.

Por fim, ainda na visão de Zeferino, o último ponto a ser adaptado encontra-se no artigo 60 do Código de Defesa do Consumidor. O referido dispositivo legal, previsto no capítulo que trata de sanções administrativa, cita que “a imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art.

36¹ e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator” (BRASIL, 1990). O legislador foi além e determinou, no parágrafo primeiro do referido artigo que “a contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva” (BRASIL, 1990).

Necessário fazer um parêntese para esclarecer que “a contrapropaganda visa tanto a reparar a verdade da publicidade enganosa, como a desqualificar a mensagem abusiva, assegurando, ao final, o direito à informação do consumidor que foi violado” (GARCIA, 2017, p. 463). Portanto a contrapropaganda é um mecanismo destinado a reparação da verdade em relação a determinado produto que foi anunciado, intencionalmente, de maneira incorreta ou de forma abusiva. Ademais, entende-se como publicidade enganosa “[...] aquela capaz de induzir o consumidor a erro. Pode ser comissiva, quando afirma algo que, na verdade, não é; ou omissiva, quando não informa sobre algo fundamental ("essencial") do produto ou serviço” (GARCIA, 2017, p. 463). Por sua vez, conceitua-se como publicidade abusiva “[...] aquela que fere a vulnerabilidade do consumidor, podendo ser até mesmo verdadeira, mas que, pelos seus elementos ou circunstâncias, ofendem valores básicos de toda a sociedade” (GARCIA, 2017, p. 463). Feita tais considerações, pode-se dar continuidade à análise.

Em relação a sugestão de alteração do artigo 60 do CDC, o autor propõe que passe a vigorar com a seguinte redação: “a imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer **na prática de obsolescência programada**, publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator” (ZEFERINO, 2020, p. 21) [*Grifou-se*]. O autor ainda sugere um acréscimo no já existente parágrafo primeiro do dispositivo sob análise prevendo que “a contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o **malefício da obsolescência programada** e da publicidade enganosa ou abusiva” (ZEFERINO, 2020, p. 21) [*Grifou-se*]. Com isso, essa alteração “[...] possibilitaria a materialização da dimensão pedagógica imposta pela contrapropaganda, divulgando ao mercado consumidor as práticas comuns de obsolescência programada apuradas, fomentando uma maior conscientização acerca dos produtos que estão sendo fabricados [...]” (ZEFERINO, 2020, p. 22).

¹CDC, Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Foi dito, anteriormente, que para tratar adequadamente da obsolescência planejada não se pode esquecer da educação e conscientização dos consumidores acerca de seus próprios direitos. A proposta de contrapropaganda especificamente em relação a obsolescência programada visa justamente fornecer tal percepção àqueles que adquirem os bens, na medida em que passarão a ser informados sobre a existência dessa prática – ainda desconhecida por diversos consumidores – e suas consequências, possibilitando que consigam identificá-la no cotidiano do mercado.

Desta forma, como pode ser observado no presente momento, tratar especificamente da obsolescência programada – assim como abordar qualquer tema ainda pendente de positivação – é uma árdua e delicada tarefa, contudo, é possível regulamentar e combater a mencionada prática através da mudança, acréscimos e adaptações de disposições do Código de Defesa do Consumidor, considerando que esse é o instrumento de proteção consumerista de maior relevância e que permite uma maior homogeneidade e harmonização na tutela do Direito, entretanto, esse não é o único mecanismo capaz de abordar a temática explorada.

Para finalizar o presente trabalho, destaca-se os projetos de lei destinados a abordagem da redução da vida útil e durabilidade dos produtos por meio de uma legislação própria, e não através do Código de Defesa do Consumidor.

4.3 A jornada legislativa em busca da regulamentação da obsolescência planejada: os projetos de lei destinados ao combate da redução artificial da vida útil e durabilidade de bens

Na seção anterior foram expostas as propostas de alteração e adaptação do Código de Defesa do Consumidor para tratar expressamente sobre a obsolescência planejada. A primeira sugestão foi o projeto de lei nº 7.875/17, de autoria da Deputada Federal Mariana Carvalho, atualmente em pauta na CDEIS. Em seguida, destacou-se o projeto de lei nº 2833/2019, de autoria do Senador Jean Paul Prates, atualmente em trâmite no Senado Federal. Por fim, analisou-se a proposta – de caráter doutrinário – de Zeferino, também relacionada à atualização do Código Consumerista. Ao final da seção mencionou-se a possibilidade de abordar o tema através de lei própria sobre a obsolescência planejada.

No atual momento analisar-se-á projetos de lei – especificamente o 5.367/13 e o 3.903/15 – que se propõem a abordar a problemática aqui delineada por meio diverso ao CDC. Frente a isso, antes de adentrar especificamente no exame proposto, insta fazer algumas ponderações preliminares no que diz respeito a competência para legislar sobre o Direito do Consumidor, de modo a identificar a natureza das normas que eventualmente venham a versar sobre a obsolescência planejada, isto é, se deveria ser lei estadual ou federal.

Uma das preocupações da Constituição Federal foi o estabelecimento de diferentes competências legislativas aos entes federados, entretanto, ao fazê-lo não abordou detalhadamente acerca da responsabilidade para legislar sobre o Direito do Consumidor, fato que pode gerar uma certa divergência, haja vista que o artigo 22, especificamente o inciso I, atribui à União de maneira privativa a competência para legislar sobre “direito civil, comercial, penal, processual, eleitoral, agrário, marítimo, aeronáutico, espacial e do trabalho” (BRASIL, 1988). Entretanto, o inciso V do artigo 24 da Lei Maior, possibilita que a União, os Estados e o Distrito Federal possam, de maneira concorrente, editar normas que tenham como objeto a “produção e consumo” (BRASIL, 1988). Frente a isso, não fica claro se a relação consumerista estaria contida na expressão “Direito Civil” mencionada no primeiro artigo destacado ou se a expressão “consumo” do segundo artigo ressaltado abrange o referido vínculo.

No intuito de sanar tal obscuridade, recentemente o Supremo Tribunal Federal, ao julgar a ADI nº 6097 / AM, de relatoria do Ministro Gilmar Mendes, entendeu que "conquanto seja a União competente privativamente para legislar sobre direito civil e seguros (CRFB, art. 22, I, VII), é preciso reconhecer, por outro lado, que aos Estados e ao Distrito Federal é dada a competência para legislar sobre relações de consumo em geral” (BRASIL, 2020). Da conclusão do julgamento pode-se perceber que tanto a União como os Estados e o Distrito Federal podem legislar sobre a relação consumerista, somente os municípios é que não poderiam o fazer. Portanto, eventual lei que se preste a tratar da obsolescência planejada poderá ter caráter estadual ou federal, sem qualquer tipo de óbice. Feita tal ponderação, pode-se analisar as propostas legislativas sobre o tema.

O primeiro dispositivo analisado é o projeto de lei nº 5.367/2013 apresentado à Câmara dos Deputados, sob autoria da Deputada Federal Andreia Zito (PSDB/RJ), atualmente arquivado. Esse projeto “obriga o fornecedor de produtos a prestar informação ao consumidor sobre o tempo de vida útil de bens de consumo duráveis e dá outras providências” (BRASIL, 2013, p. 1). A Deputada elabora, ainda, a redação de três artigos, sendo eles

Art. 1º Esta lei obriga o fornecedor de produtos a prestar informação ao consumidor sobre o tempo de vida útil de bens de consumo duráveis.

Art. 2º Todo fornecedor de produtos comercializados no país deve informar de modo claro, preciso, ostensivo e em língua portuguesa, sobre o tempo previsto de vida útil dos bens de consumo duráveis que ofertar no mercado de consumo.

Art. 3º O não cumprimento do disposto nesta lei sujeita os infratores às sanções administrativas e penais estabelecidas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, sem prejuízo de outras cabíveis de acordo com a legislação em vigor. (BRASIL, 2013, p. 1)

Na justificativa da relevância do projeto a Deputada, além de tecer comentários acerca das consequências ambientais em decorrência do descarte de produtos obsoletos, destaca que

As indústrias em todo mundo, inspiradas no modelo econômico capitalista, têm trabalhado com a ideia de lucro máximo. Para conseguir esse objetivo, além de buscar o menor custo de produção, as indústrias têm produzido bens de consumo com durabilidade muito aquém do que poderia ser feito. O ideal desse modelo é simplesmente “obrigar” a reposição de determinado produto em certo tempo, aumentando o consumo e o desejado lucro (BRASIL, 2013, p. 2).

Aproveita-se o momento para fazer uma ponderação em relação ao supramencionado projeto, qual seja, o fato de prever que o consumidor seja informado sobre a vida útil do produto apenas quando este for durável, contudo, como foi demonstrado, a obsolescência programada não é aplicável somente em produtos duráveis, pelo contrário, aplica-se em outras modalidades de bens e até mesmo em serviços. Com isso, limitar o dever de informação exclusivamente aos produtos da referida espécie apenas resolveria parte do problema, na medida em que continuaria sendo aplicada a obsolescência nas outras modalidades de bens.

Não obstante, em seu voto sobre o supramencionado projeto de lei, o Deputado Federal Ronaldo Zulke (PT/RS) atenta para a superficialidade do termo “fornecedor” utilizado na versão da Deputada e explica que “[...] é necessário conferir maior precisão à definição de fornecedor disposta no projeto. Isto porque este define de forma genérica que os fornecedores são responsáveis pela prestação de informações sobre o prazo de duração dos produtos” (BRASIL, 2014, p. 2). Em seguida, pontua que “seria importante, portanto, deixar bem definida essa responsabilidade ao fabricante, ao produtor, ao construtor ou ao importador, que são as instâncias capazes de dominar as informações relativas ao prazo de duração dos produtos ofertados ao mercado de consumo” (BRASIL, 2014, p. 3).

Além disso, através de um substitutivo, o parlamentar propôs algumas alterações nos dispositivos elaborados pela Deputada para conferir maior profundidade ao termo “fornecedor” por ela utilizado. Nesse sentido, de acordo com a sugestão do Deputado, o artigo 1º deveria prever que “esta lei obriga o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador de produtos a prestar informação ao consumidor sobre o tempo de vida útil de bens de consumo

duráveis” (BRASIL, 2014, p. 1), ao passo que o artigo 2º aduziria que “o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador de qualquer produto comercializado no país deve informar de modo claro, preciso, ostensivo e em língua portuguesa, sobre o tempo previsto de vida útil dos bens de consumo duráveis que ofertar no mercado de consumo” (BRASIL, 2014, p. 1).

De fato, há lógica na ponderação feita pelo Deputado, uma vez que é necessário delimitar de maneira indubitável a responsabilidade dos fornecedores no caso de obsolescência para que não haja dúvida no momento de aplicar o Direito, especialmente quando lembramos que o art. 3º do CDC estabelece uma vasta cadeia do que se entende por fornecedor.

Interessante destacar, ainda, o voto do Deputado Alceu Moreira (MDB/RS) sobre a proposta aqui debatida, pois em sua visão a ideia de estabelecer que o fornecedor do produto informe aos consumidores o prazo de vida útil do bem

[..] é juridicamente desarrazoado e racionalmente impraticável. [...] Ocorre que, saindo da fábrica, o produto torna-se suscetível a muitos fatores (alguns talvez dificilmente imagináveis pela maioria), e isto pode afetar a durabilidade daquilo que se pensa ser, com alguma razoabilidade, durável. [...] Chegando às mãos do consumidor, a durabilidade do produto dependerá, também, de variados fatores: abuso ou mau uso, flutuação na tensão elétrica, clima, condições de limpeza e armazenagem, atenção à manutenção, uso segundo ou não as instruções, entre outros fatores. Sendo assim, o projeto visa a tornar obrigatória uma afirmação que, de fato, o fabricante não pode prestar. Não pode fazê-lo porque não tem como, tecnicamente, avaliar quanto tempo seu produto irá funcionar bem nas mãos do consumidor. (BRASIL, 2013, p. 2).

Ousa-se discordar do deputado, pois parte de uma premissa equivocada desde o início, o que, por consequência, gera uma conclusão errônea. O parlamentar entende que o fornecedor não teria como prever a vida útil do bem, entretanto, “no campo da indústria, existem várias ferramentas disponíveis para o cálculo da vida útil dos produtos colocados no mercado de consumo, de acordo com suas naturezas” (CORNETTA, 2019, p. 82).

A viabilidade da utilização de tais ferramentas não fica a cargo do Direito, mas sim do campo da engenharia e administração (CORNETTA, 2019, p.83). Ora, se não existissem mecanismos capazes de fornecer uma estimativa do ciclo aqui delineado, o próprio fornecedor estaria sendo prejudicado, na medida em que produziria algo que nem ele saberia quando precisará ser descartado e substituído, logo, tornaria difícil uma fabricação de novas gerações de bens, pois não saberia se teria consumidores suficientes para lhe gerarem lucro. Por fim, em relação aos fatores externos, mister atentar para o fato de que uma perícia permitiria a constatação acerca dos fatores que levaram o produto a falhar, isto é, se houve culpa do consumidor ao usar o bem em desacordo com as orientações do fornecedor ou se o motivo é a obsolescência planejada.

Para além, a segunda proposta digna de comentários é o projeto de lei nº 3.903/2015, também apresentado na Câmara dos Deputados, de autoria do Deputado Veneziano Vital do Rêgo (MDB/PB), ainda pendente de análise por parte do Plenário da referida casa legislativa. A proposta informa em sua ementa que “dispõe sobre os procedimentos aplicáveis em benefício do consumidor de produtos eletrônicos ou eletrodomésticos, em caso de obsolescência do produto antes do término de sua vida útil” (BRASIL, 2015, p. 1). A recomendação feita pelo Deputado contempla três artigos sobre o tema. Nesse sentido, tem-se que:

Art. 1º A oferta e apresentação de produtos eletrônicos e eletrodomésticos deve fornecer, além das informações obrigatórias estabelecidas na legislação aplicável, a vida útil estimada do produto introduzido no mercado de consumo.

Art. 2º Em caso de superveniente obsolescência, sem culpa do consumidor, do produto eletrônico ou eletrodoméstico antes do término de seu prazo de vida útil, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha, que o fornecedor, no prazo de 7 (sete) dias úteis:

I – restitua a quantia paga, monetariamente atualizada;

II – substitua o produto por outro da mesma espécie ou por similar de melhor qualidade;

Art. 3º O não cumprimento do prazo estabelecido no artigo anterior sujeita o fornecedor, sem prejuízo das penalidades cabíveis por força da legislação de proteção e defesa do consumidor, à multa correspondente a 30% (trinta por cento) do valor monetariamente atualizado de aquisição do produto, que deverá ser revertida, imediatamente, ao consumidor. (BRASIL, 2015, p. 1)

Em sua justificativa, o Deputado argumenta que o “[...] projeto de lei objetiva enfrentar a cada vez mais usual prática de fabricantes de produtos eletrônicos e eletrodomésticos de, por variados artifícios e em curto espaço de tempo, tornar obsoletos os bens adquiridos pelo consumidor” (BRASIL, 2015). Estudando o supramencionado projeto, denota-se que, embora contemple mais aspectos que o primeiro, ainda não resolve o problema por completo, na medida em que se limita a tratar apenas de produtos eletrônicos e eletrodomésticos, sem mencionar outras espécies de bens que igualmente podem ser afetadas pela obsolescência.

Ademais, quando o artigo 2º da proposta determina que se o produto se tornar obsoleto antes de findado o seu prazo de vida útil o consumidor terá o direito de pleitear a restituição do valor gasto ou substituição gera dúvidas. Em primeiro lugar pelo fato de – assim como outros projetos já destacados no presente trabalho – não estabelecer qualquer tipo de conceituação do que deveria se entender como vida útil para os fins da proposta. Além disso, imagine-se o caso de uma empresa que desenvolve um computador com peças de baixa qualidade, com o objetivo oculto de fazer o bem durar somente por 5 (cinco) anos. Na oferta do objeto a empresa – cumprindo a exigência dos artigos do projeto – informa o lapso de vida útil, estipula um valor atraente e inicia a venda do bem para diversos consumidores.

Nesse caso, o leitor deve lembrar que uma das modalidades da obsolescência programada é em relação a qualidade. Como já destacado previamente, Valéria Rossini e Samyra Haydêe Dal Farra Napolini explicam que “trata-se de uma estratégia na qual desde o desenvolvimento de um produto a indústria já programa e planeja o fim antecipado de sua vida útil” (ROSSINI; NASPOLINI, 2017, p. 4). Com isso, embora o caso hipotético esteja em consonância com o projeto de lei, ainda estaria sendo praticada uma das espécies de obsolescência.

Não só isso, a mesma ponderação feita pelo Deputado Federal Ronaldo Zulke (PT/RS) em relação a utilização da palavra “fornecedor” na proposta da Deputada Andreia Zito (PSDB/RJ) pode ser aplicada aqui. No artigo segundo, o Deputado Veneziano Vital do Rêgo (MDB/PB) concede um direito de escolha ao consumidor em detrimento do fornecedor. Já no artigo terceiro, o parlamentar estabelece sanções para o fornecedor que descumprir as previsões, contudo, em nenhum momento estabelece qual a extensão da responsabilidade da cadeia de fornecedores, isto é, não especifica se toda a cadeia prevista no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor estaria abrangida pela palavra “fornecedor” utilizada em sua proposta, bem como não explica se essa responsabilidade seria solidária ou subsidiária, fato que levaria o caso aos tribunais para a resolução de tal omissão, podendo gerar divergência entre os julgados.

Ademais, para sanar tal silêncio o Poder Judiciário teria que usar de analogias em relação ao fato ou vício dos produtos ou serviços, porém, se o objetivo é conceber um arcabouço próprio para abordar a obsolescência, evitando que se combata a referida prática através de um improviso jurídico-legal, não parece lógico a utilização de analogias com outros institutos do Direito consumerista para sanar omissões. Desta forma, entende-se que essa proposta também se mostra insuficiente em relação aos pontos aqui destacados.

Em tom de encerramento, considerando que o presente trabalho se propõe apenas a demonstrar os meios pelos quais se pode combater e regulamentar a obsolescência programada, sem, contudo, eleger a melhor via para isso, percebe-se que essa tarefa tem gerado dificuldades aos parlamentares, haja vista que todos os projetos de lei apresentados no decorrer do capítulo podem ser objeto de críticas em relação a algum ponto específico, deste modo, embora já se caminhe para uma conscientização da importância de reprimir a obsolescência planejada, acredita-se que ainda levará algum tempo para que a referida prática empresarial possa ser abordada pelo ordenamento brasileiro de maneira satisfatória.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A finalidade da presente pesquisa consistiu, basicamente, em analisar as formas de combater a obsolescência programada na busca pela tutela dos direitos consumeristas. No intuito de alcançar tal objetivo dividiu-se o trabalho em alguns momentos específicos. Em primeiro lugar foi necessário abordar o surgimento, fortalecimento e disseminação da obsolescência planejada através da evolução da sociedade. Em seguida, examinou-se a proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro, sobretudo através de disposições da Constituição Federal e do Código de Defesa do Consumidor. Por fim, analisou-se a possibilidade de combater a obsolescência programada na ordem brasileira.

Deste modo, o principal questionamento levantado no início da pesquisa consistia em entender se o tratamento da referida prática poderia ser feito por meio de institutos jurídicos já existentes no ordenamento consumerista ou se, considerando suas especificidades, era necessária a construção de um arcabouço legal específico para abordar a temática mencionada. A hipótese principal foi construída considerando que a obsolescência programada poderia ser encarada como um vício do produto, especificamente um vício oculto, na medida em que tanto essa modalidade de vícios como a própria obsolescência podem ser entendidos como um problema que afeta o bem desde antes da aquisição deste, mas que só podem ser verificados após um determinado período de constante e efetivo uso.

Indo mais além, para auxiliar a resposta do questionamento principal, elaborou-se três questões secundárias e, também, três hipóteses para respondê-las. A primeira questão consistiu em entender de que maneira o fornecedor pode interferir na vida útil e durabilidade dos produtos no sentido de reduzir tais aspectos. Em resposta, foram encontradas diversas modalidades de obsolescência programada, quais sejam, a de qualidade, de função, de desejabilidade, por expiração, psicológica e tecnológica. Esta última podendo ser subdividida em: por desenvolvimento, por defeito funcional, por incompatibilidade, indireta, por notificação e do serviço pós-venda. Deste modo, quando o fornecedor emprega tais espécies – individual ou conjuntamente – da técnica aqui delineada, o consumidor acaba sendo pressionado a consumir cada vez mais, muitas vezes para suprir falsas necessidades, podendo, ainda, ser levado a uma compulsão e dependência.

A segunda questão traçada se consubstancia em saber qual a relação das campanhas publicitárias com o aumento no consumo de determinados produtos. Em resposta a tal questionamento foi evidenciado que a mídia desempenha um importante papel na opinião social, refletindo na necessidade de consumo. Desta forma, a sociedade moderna tem

fortalecido as relações de compra, de modo que, com a ajuda das campanhas publicitárias, há uma valorização do produto além da mera materialidade, ou seja, um bem material torna-se sinônimo de *status* e poder, um exemplo dessa situação é o lançamento anual de novos aparelhos celulares de determinada marca, com valores exorbitantes e poucas inovações em relação a versão anterior, fazendo com que o usuário queira consumir o bem para mostrar sucesso e se adequar a um grupo social.

Por sua vez, o último questionamento diz respeito a identificação de como a obsolescência programada se relaciona com a atuação estatal. Em resposta a isso, destacou-se que o consumidor, quando efetua a compra de um produto, tem a expectativa de que ele dure o máximo de tempo possível, pois, muitas vezes, não pode ou não tem interesse de trocar o bem em um curto espaço. Deste modo o Estado tem o dever de intervir na relação consumerista para garantir a durabilidade dos bens, em observância a legítima expectativa da parte vulnerável da relação.

Feitas tais considerações é possível avançar para a exposição dos pontos de maior pertinência abordados em cada capítulo do presente estudo.

No primeiro momento foram tecidas considerações acerca da origem e evolução do fenômeno da obsolescência programada nos Estados Unidos durante o período da grande crise ocasionada pela quebra da bolsa de Nova York, bem como o primeiro caso tido como efetiva aplicação da referida técnica na indústria das lâmpadas. Além disso, destacou-se a importância da indústria automobilística para a consolidação da obsolescência programada, notadamente a disputada entre a Ford e a General Motors que originou a inclusão de pequenas inovações anuais nos veículos como forma de incentivar o consumo constante, num esboço do que se entende como obsolescência programada atualmente. Em continuação, tratou-se das espécies de intervenções do fabricante na vida útil e durabilidade dos produtos comercializados, destacando as diversas espécies de obsolescência programada mencionadas anteriormente. Para finalizar o primeiro capítulo, destacou-se a relação entre as campanhas publicitárias e a obsolescência programada.

Deste modo, analisado o capítulo em sua completude pode-se entender que a obsolescência planejada surgiu como uma técnica para superar um momento de crise, ao passo que manteria a economia funcionando às custas dos consumidores, pois a redução da vida útil faria com que tais sujeitos adquirissem novos bens. Para suprir essa demanda as empresas teriam que contratar trabalhadores, gerando empregos e o Estado poderia tributar todos os bens produzidos. Com o passar dos anos e o fortalecimento da publicidade, a obsolescência foi se

disseminando para diversos ramos da indústria na medida em que o fornecedor continuou a reduzir o lapso de vida útil e durabilidade dos objetos, mas desta vez, em busca do lucro.

Em decorrência disso, o fabricante passou a criar uma mística em torno dos produtos anunciados, seduzindo e pressionando o consumidor a proceder com uma nova aquisição. Nesse cenário, a publicidade acabou por propiciar um aumento no consumo, pois a comunicação entre os sujeitos da relação de consumo ocorre por meio de anúncios, contudo, tal crescimento pode levar a compulsão na medida em que se banaliza o ato de comprar, associando-o a sentimentos como alegria, tristeza e frustração.

No segundo capítulo, abordou-se a proteção constitucional do Direito do Consumidor no ordenamento jurídico brasileiro e os pressupostos objetivos e subjetivos da relação consumerista que autorizam a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor e suas disposições, destacando que a Constituição Federal elevou os direitos dos consumidores ao status de direito fundamental, bem como a princípio da ordem econômica. Em complementação, ressaltou-se os princípios aplicáveis na relação jurídica de consumo como forma de proteger o consumidor, com ênfase na vulnerabilidade, boa-fé objetiva, intervenção do estado para garantir a qualidade, segurança, durabilidade e desempenho dos produtos e serviços e, por fim, princípio da educação e informação. No encerramento deste momento, explorou-se o tratamento conferido pelo CDC aos vícios dos produtos e a relação com a obsolescência programada como forma de testar a hipótese de que a obsolescência poderia ser abordada sob a perspectiva dos vícios ocultos.

Verificando a integralidade do capítulo percebe-se que a relação de consumo nasce desigual e durante a sua existência apenas se acentua a discrepância entre os poderes das partes, haja vista o poderio econômico da empresa em detrimento das condições financeiras do consumidor. Deste modo, o legislador, entendendo pela vulnerabilidade do destinatário final dos produtos e serviços, decidiu adotar mecanismos e disposições legais para reduzir as desigualdades. Logo, consagrou-se os direitos consumeristas como direito fundamental, criou-se a Política Nacional das Relações de Consumo para proteger os interesses e direitos desses sujeitos e elaborou-se um Código de Defesa do Consumidor para estipular direitos e deveres para as duas partes da relação nas mais diversas situações que podem acontecer durante a existência desse vínculo jurídico, um exemplo disso são justamente as disposições acerca dos vícios dos produtos, instituto esse que alguns escritores utilizam para tutelar a obsolescência planejada, equiparando vício oculto com a obsolescência programada.

No curso do trabalho, percebeu-se que essa equiparação de vícios ocultos e obsolescência planejada – traçado como resposta provisória ao questionamento principal – não

se apresenta como a melhor solução, haja vista que na obsolescência a redução da vida útil se mostra como algo intencional feito pelo fornecedor, ao passo que o vício se mostra como uma fatalidade, isto é, não há intenção de criar um produto que contenha tal falha. Partindo dessa premissa e respondendo ao questionamento principal feito no início do trabalho, concluiu-se que o tratamento da obsolescência programada pela legislação brasileira necessita de um arcabouço próprio.

Em arremate a tudo que foi exposto, no terceiro capítulo trata-se, de maneira mais aprofundada, da intervenção estatal para garantir a durabilidade dos produtos colocados no mercado de consumo, destacando as disposições legais e as formas pelas quais o Estado pode efetuar tal interferência no vínculo. Além disso, destacou-se diferentes espécies de bens consumíveis e a relação destes com os conceitos de vida útil, durabilidade e da própria obsolescência programada, reforçando-se a omissão legislativa em relação aos temas retromencionados. Ademais, considerando a referida responsabilidade do Estado em intervir para garantir a durabilidade concluiu-se que é necessário o combate à redução artificial da vida útil dos produtos, analisando-se, para tanto, projetos de leis destinados a tratar da obsolescência planejada de forma expressa, tanto através do CDC quanto por meio de lei específica.

Da síntese do capítulo verificou-se dois pontos conflitantes, quais sejam, de um lado há o dever de o Estado garantir a durabilidade dos produtos ofertados no mercado, ao passo que do outro há os fornecedores que reduzem, propositalmente, a durabilidade e vida útil das mercadorias para pressionar o consumo. Alguns Senadores, Deputados Federais e juristas, visualizando esse conflito, apresentaram propostas para o combate da obsolescência programada. Tais sugestões foram devidamente analisadas no decorrer do capítulo, sendo possível tecer ao menos uma crítica em relação a cada uma delas, fato que evidencia que embora se caminhe para o reconhecimento da lesividade da obsolescência programada através da legislação e não só na esfera doutrinária, há dificuldade de elaborar disposições que cuidem da temática aqui analisada.

Feitos os comentários pertinentes, acredita-se que o resultado de maior significância para o presente estudo foi constatar que a obsolescência programada é uma prática abusiva e lesiva aos direitos do consumidor e que por esse motivo merece ser combatida de maneira satisfatória pela legislação pátria. Ademais, o tratamento da referida prática não pode ocorrer por meio do instituto dos vícios ocultos, na medida em que se mostram como questões distintas, com suas próprias particularidades. Portanto, deve o legislador tratar de modo expresso na lei questões como vida útil e durabilidade dos produtos, pois a omissão legislativa permite – ou não proíbe – que os fornecedores utilizem essa prática prejudicial aos direitos e interesses da

parte vulnerável da relação. Para finalizar, mister se faz ressaltar a importância de o consumidor ter conhecimento acerca dos seus próprios direitos, como forma de evitar que as empresas se valham dessa ignorância, submetendo tais sujeitos a relações abusivas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. **Direito do Consumidor Esquematizado**. 8. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. Coordenador Pedro Lenza.
- BALBINO, Mara Alexandra Silvério da Silva. **Emoções de um Consumo Hipermoderno: branding de moda e tendências de comportamento de consumo**. 2014. 156 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2014. Disponível em: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/20323/1/ulfl175432_tm.pdf. Acesso em: 19 fev. 2021
- BARÃO JUNIOR, G. A.; SOARES, N. M. OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA: produtos com hora marcada para morrer. **Revista Interface Tecnológica**, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 648-660, 2020. DOI: 10.31510/infa.v17i1.784. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/784>. Acesso em: 18 maio. 2021. Acesso em: 18 maio 2021.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995. Tradução de Artur Morão.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. S.L: Zahar, 2001. Tradução: Plínio Dentzien.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. Tradução de Carlos Alberto Medeiros.
- BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 7875/17**, de 13 de junho de 2017. Adiciona inciso ao art. 39 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, para vedar a obsolescência programada.. . Brasília, Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1569133&filenome=PL+7875/2017. Acesso em: 02 maio 2021.
- BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 7.875/17. **Parecer do Relator, Dep. Vinicius Carvalho, Com Substitutivo**, de 08 de maio de 2018. Brasília, Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1657307&filenome=PRL+1+CDEICS+%3D%3E+PL+7875/2017. Acesso em: 02 maio 2021.
- BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 7.875/17. **Voto em separado, Dep. Vitor Lippi**, de 20 de junho de 2018. Brasília, Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1671011&filenome=VTS+1+CDEICS+%3D%3E+PL+7875/2017. Acesso em: 02 maio 2021.
- BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 5367/13**, de 11 de abril de 2013. Obriga o fornecedor de produtos a prestar informação ao consumidor sobre o tempo de vida útil de bens de consumo duráveis e dá outras providências. Brasília, Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1075735&filenome=PL+5367/2013. Acesso em: 06 maio 2021.
- BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 5.367/13. **Parecer do Relator, Dep. Ronaldo Zulke**, de 10 de novembro de 2014. Brasília, Disponível em:

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1285435&filenome=SBT+1+CDEICS+%3D%3E+PL+5367/2013. Acesso em: 06 maio 2021.

BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 5.367/13. **Substitutivo, Ronaldo Zulke**, de 10 de novembro de 2014. Brasília, Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1285434&filenome=PRL+1+CDEICS+%3D%3E+PL+5367/2013. Acesso em: 06 maio 2021.

BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 5.367/13. **Parecer do Relator, Dep. Alceu Moreira**, de 28 de agosto de 2013. Brasília, Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1125019&filenome=PRL+1+CCJC+%3D%3E+PL+5367/2013. Acesso em: 06 maio 2021.

BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 3903/15**, de 09 de dezembro de 2015. Dispõe sobre os procedimentos aplicáveis em benefício do consumidor de produtos eletrônicos ou eletrodomésticos, em caso de obsolescência do produto antes do término de sua vida útil. Brasília, Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1422783&filenome=PL+3903/2015. Acesso em: 10 maio 2021.

BRASIL. Congresso. Senado. **Projeto de Lei nº 2833/19**, de 14 de maio de 2019. Adiciona inciso ao art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para vedar a obsolescência programada. Brasília, Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7951777&ts=1594034523565&disposition=inline>. Acesso em: 05 maio 2021.

BRASIL. Constituição (1988) de 5 de outubro de 1988. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 08 março. 2021

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 07 março. 2021

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 6097, Am - Amazonas. Relator: Ministro Gilmar Mendes. **Diário de Justiça Eletrônico**. Brasília, 06 ago. 2020. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/sjur429010/false>. Acesso em: 12 maio 2021.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

CONCEIÇÃO, Joelma Teles e Pacheco; CONCEIÇÃO, Márcio Magera; ARAÚJO, Paulo Sérgio Lopes de. Obsolescência Programada: tecnologia a serviço do capital. : tecnologia a serviço do capital. **Inovae: journal of engineering and technology innovation**, São Paulo, v. 2, p. 90-105, abr. 2014. Trimestral. Disponível em: <http://www.revistaseletronicas.fmu.br/index.php/inovae/article/view/386/548>. Acesso em: 20 abr. 2020.

CORNETTA, William. **A obsolescência como artifício usado pelo fornecedor para induzir o consumidor a realizar compras repetitivas de produtos e as formas de combater essa prática no CDC**. Rio de Janeiro: Lumenjuris, 2017.

CORNETTA, William. **Vida útil e durabilidade de produtos duráveis no direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Lumenjuris, 2019.

FERNANDES, Cristiano dos Reis; BENATTI, José Heder. O combate à obsolescência no Brasil: a análise do ordenamento jurídico brasileiro. **Direito e Desenvolvimento**: revista do programa de pós-graduação em direito, João Pessoa, v. 11, n. 2, p. 148-166, 29 dez. 2020. Semestral. Disponível em: <https://periodicos.unipe.br/index.php/direitoedesenvolvimento/article/view/1306>. Acesso em: 23 abr. 2021.

FILOMENO, José Geral Brito. **Direitos do Consumidor**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Código de Defesa do Consumidor comentado**: artigo por artigo. 13. ed. Salvador: Juspodvim, 2016.

GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**: direito material e processo coletivo: volume único. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019. Colaboração: Vicente Gomes de Oliveira Filho e João Ferreira Braga.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Minidicionário Houaiss da língua portuguesa**: elaborado no instituto antônio houaiss de lexicografia e banco de dados da língua portuguesa s/c ltda. 3. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

KREMER, Joelma. **Caminhando rumo ao consumo sustentável**: uma investigação sobre a teoria declarada e as práticas das empresas no brasil e no reino unido. 2007. 325 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Joelma Kremer Caminhando Rumo Ao Consumo Sustentável: Uma Investigação Sobre A Teoria Declarada e As Práticas das Empresas no Brasil e no Reino Unido. Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – Puc/Sp, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/3866/1/Joelma%20Kremer.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2021.

LENZA, Pedro. **Direito Constitucional Esquematizado**. 23. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

LUIZ, Lindomar Teixeira. A IDEOLOGIA DO CONSUMISMO. **Colloquium Humanarum**, [S.L.], v. 3, n. 2, p. 39-44, 1 nov. 2005. Associação Prudentina de Educação e Cultura (APEC). <http://dx.doi.org/10.5747/ch.2005.v03.n2/h027>. Disponível em: <http://revistas.unoeste.br/index.php/ch/article/view/204/105>. Acesso em: 03 abr. 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

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

MORAES, Kamila Guimarães de. **Obsolescência Programada**: (in)sustentabilidade do consumo à produção de resíduos. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2015.

PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965. Tradução de: Aydano Arruda.

PADILHA, Valquíria. Desejar, comprar e descartar: da persuasão publicitária à obsolescência programada. **Ciência e Cultura**, [S.L.], v. 68, n. 4, p. 46-49, dez. 2016. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.21800/2317-66602016000400015>. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252016000400015. Acesso em: 23 maio 2021.

PAULO, Vicente; ALEXANDRINO, Marcelo. **Direito Constitucional Descomplicado**. 16. ed. São Paulo: Método, 2017.

PIMENTEL, Luana Moreira; SOUZA, Nadialice Francischini de. Obsolescência programada e o consumidor: uma ofensa aos princípios da educação, da informação e da transparência. In: SANTOS, Fábio S.; SOUZA, Nadialice Francischini de; FIGUEIREDO NETO, Pedro Camilo de; BOMFIM, Urbano Félix Pugliese do. **Diálogos Jurídicos VI**: novos rumos do direito. S.L: Mente Aberta, 2020. p. 1-19.

SEGALL, Pedro Machado. **Obsolescência Programada**: a tutela do consumidor nos direitos brasileiros e comparado. Rio de Janeiro: Lumenjuris, 2018

SILVA, Ana Beatriz Barbosa. **Mentes consumistas**: do consumismo à compulsão por compras. São Paulo: Globo, 2014.

ONLINE, Época Negócios (ed.). **Quanto custa anunciar no Super Bowl 2019**. 2019. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Marketing/noticia/2019/02/quanto-custa-anunciar-no-super-bowl-2019.html>. Acesso em: 29 out. 2020.

ROSSINI, Valéria; NASPOLINI, Samyra Haydêe dal Farra. Obsolescência programada e Meio Ambiente: a geração de resíduos de equipamentos eletroeletrônicos. **Revista de Direito e Sustentabilidade**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 51-71, jun. 2017. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/210565564.pdf>. Acesso em: 27 out. 2020.

SLADE, Giles. **Made to break**: technology and obsolescence in América. Cambridge: Harvard University Press, 2007.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**: direito material e processual. 7. ed. São Paulo: Método, 2018.

THE Light Bulb Conspiracy. Direção de Cosima Dannoritzer. Roteiro: Cosima Dannoritzer. França e Espanha: Arte France; Televisión Española; Televisión de Catalunya, 2010. Color. Legendado. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ERcC3fJOnpA&t=49s>. Acesso em: 20 abr. 2020.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direito do Consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

VASCONCELOS, Fernando Antônio de; LUNA, Arthur Augusto Barbosa. A atual proteção do cdc contra os vícios de qualidade e a sua eficácia contra a obsolescência programada. In: XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA, 25., 2016, Florianópolis. **Artigo**. Curitiba: Conpedi, 2017. p. 158-174. Disponível em: <http://conpedi.daniloir.info/publicacoes/02q8agmu/k7v7r78l/ilKb1rDaGWvH61s0.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2021

WOOD JUNIOR, Thomas. Fordismo, Toyotismo e Volvismo: os caminhos da indústria em busca do tempo perdido. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 32, n. 4, p. 6-18, set. 1992. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rae/v32n4/a02v32n4.pdf>. Acesso em: 26 out. 2020.

ZEFERINO, Marco Aurélio Pieri. Obsolescência programada: proposta de controle jurídico para mitigação de sua prática face aos preceitos ambientais da política nacional dos resíduos sólidos. **Revista Reflexão e Crítica do Direito**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 279-305, 20 jun. 2020. Semestral. Disponível em: <https://revistas.unaerp.br/rcd/article/view/2329/1722>. Acesso em: 20 abr. 2021.