

CENTRO UNIVERSITÁRIO “ANTÔNIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”
FACULDADE DE DIREITO DE PRESIDENTE PRUDENTE-SP

**DO CONSUMO: ASPECTOS CONCEITUAIS, REGULATÓRIOS E A PRÁTICA DA
OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA**

Matheus Tavore Strasser

Presidente Prudente/SP

2018

CENTRO UNIVERSITÁRIO “ANTÔNIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”
FACULDADE DE DIREITO DE PRESIDENTE PRUDENTE-SP

**DO CONSUMO: ASPECTOS CONCEITUAIS, REGULATÓRIOS E A PRÁTICA DA
OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA**

Matheus Tavore Strasser

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial de conclusão de curso
para obtenção do Grau de Bacharel em
Direito, sob orientação da Professora Ms.
Gisele Carvesan Beltrami Marcato.

Presidente Prudente/SP

2018

**DO CONSUMO: ASPECTOS CONCEITUAIS, REGULATÓRIOS E A PRÁTICA DA
OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado
como requisito parcial para obtenção do Grau
de Bacharel em Direito.

Orientador: Gisele Carvesan Beltrami Marcato

1º Examinador: Lucas Alves Azevedo Pazini

2º Examinador: João Victor Mendes de Oliveira

Presidente Prudente/SP

2018

DEDICATÓRIA

Dedico o presente trabalho primeiramente a Deus que é a força de tudo, aquele que me guia para os caminhos corretos e me agracia com força, foco e fé para atingir meus objetivos.

A minha família, a base de tudo, aqueles que estão sempre do meu lado nos bons e maus momentos, me fornecendo estrutura, amor e paciência para que eu conquiste meus sonhos da melhor maneira possível, devo tudo a vocês, os amo.

Ao meu ambiente de estágio na Defensoria Pública, aos amigos, aos defensores públicos, aos advogados que fazem parte da minha rotina diária há mais de um ano, é o local onde venho aprendendo e pondo em prática o Direito na defesa daqueles que muitas vezes não tem voz, são menosprezados ou deixados de lado pela sociedade sem ao menos poderem se explicar.

A minha instituição de ensino Toledo Prudente, local que escolhi para completar minha segunda graduação, agradeço a todos os ensinamentos práticos e teóricos, a estrutura fornecida, aos funcionários que sempre estão dispostos a ajudar, aos professores e colegas que convivi durante esses anos e guardarei no coração com muito carinho para o resto da minha vida.

Por fim, não posso deixar de dedicar a minha querida vó Neninha, que faleceu a pouco mais de um ano, a melhor pessoa que poderia conhecer em vida, aquela que sempre tinha uma palavra de conforto para todos que necessitassem, tenho certeza que está no céu olhando por todos nós, “corujando” como sempre fez em vida, espero que esteja satisfeita e orgulhosa de nossa família ai em cima, sinto muitas saudades, te amo para sempre.

AGRADECIMENTOS

Aos meus familiares que sempre estão do meu lado, me proporcionando tudo que necessito para realizar meus sonhos.

Aos funcionários e professores desta instituição de ensino, que sempre me ajudaram e me ensinaram com esmero, atenção e dedicação.

Aos amigos distantes e aos que convivem comigo diariamente, no estágio ou em sala de aula, que me ajudaram a passar por todos os momentos, bons ou ruins.

A minha orientadora Professora Gisele Carvesan Beltrami Marcato, que sem sombra de dúvidas foi a alma mais especial que poderia encontrar nesses anos de graduação, sempre disposta a ajudar e com as palavras certas para me incentivar a cumprir meus objetivos, seja na graduação, ou neste presente trabalho.

“Se você encontrar um caminho sem obstáculos, ele provavelmente não leva a lugar nenhum.”

Frank A. Clark

Resumo

O corrente trabalho visa estudar as relações de consumo com destaque ao instituto da Obsolescência Programada e suas consequências na coletividade capitalista moderna, com destaque no consumo e pós-consumo, com o propósito de defender o meio ambiente e elucidar a sociedade sobre os danos muitas vezes irreversíveis que permanecem acontecendo no meio ambiente devido à ausência de conscientização e responsabilidade civil perante o Estado e a coletividade.

Palavras-chave: Obsolescência Programada; Consumo; Pós-Consumismo; Responsabilidade Civil.

Abstract

The current work craves to study consumer relations with emphasis on the Institute of Planned Obsolescence and the consequences in the modern capitalist community, with focus on consumption and post-consumption whose purpose is defending the environment and elucidating society about the damages often irreversible that remain in the environment due to the lack of awareness and civil responsibility towards the State and the community.

Keywords: Planned obsolescence; Consumption; Post-Consumption; Civil Responsibility.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 CONSUMO E CONSUMISMO NA MODERNIDADE LÍQUIDA.....	12
2.1 A Sociedade de Consumo.....	12
2.2 O Consumismo Sustentável.....	15
2.3 O Desenvolvimento Econômico Visando a Sustentabilidade.....	17
3 O PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	20
4 DEFEITO DE INFORMAÇÃO.....	22
4.1 Responsabilidade Pelo Fato Do Produto ou Serviço.....	22
4.2 Os Responsáveis.....	22
4.3 Dos Defeitos Segundo o Código de Defesa do Consumidor.....	23
4.4 Da Responsabilidade Civil Do Fornecedor De Serviço.....	24
5 A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA.....	26
6 O SISTEMA CRADLE TO CRADLE.....	29
7 RELAÇÕES DE CONSUMO.....	34
7.1 Histórico.....	34
7.2 O Tratamento dado pelo CDC.....	37
7.3 Os Sujeitos Da Relação De Consumo.....	38
8 O DANO MORAL NA DEFESA DO CONSUMIDOR.....	41
8.1 Dano.....	41
8.2 Indenização dos danos sofridos pelo consumidor.....	42
8.3 Indenizações Por Dano Moral e Material Conforme Decisões dos Tribunais.....	44
9 CONCLUSÃO.....	46
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho demonstra o molde de consumo acelerado que a sociedade vive, causando diversos problemas para o meio ambiente que cada vez mais sofre pela escassez da conscientização dos consumidores ávidos em consumir produtos desnecessários que retornam a natureza em forma de lixo.

Foi analisado, referido modelo social, que surgiu através da promessa de satisfação pelo consumismo, ou seja, pela aquisição de bens de consumo, por isso este trabalho tem como objetivo pontuar a responsabilidade social perante os bens de consumo e o meio ambiente, exemplificando a responsabilidade civil dos fornecedores de bens, produtos e serviços perante os consumidores, bem como demonstrar o funcionamento do modelo econômico largamente utilizado pelo mercado, conhecido como “obsolescência programada” como também, o modelo “cradle to cradle”, uma solução ecologicamente sustentável.

Também é objeto da presente pesquisa, o fato de que para o consumidor, após o advento do capitalismo, a felicidade passou a se relacionar na aquisição de bens materiais desnecessários apenas pelo marketing de mercado utilizado pelo fornecedor, desse modo de forma dedutiva este trabalho visa demonstrar o funcionamento das relações de consumo presentes na sociedade se embasando na legislação presente na Constituição Federal Brasileira, Código de Defesa do Consumidor, Código Civil e outras, como também em teses jurisprudenciais.

Em seguida, a pesquisa correlaciona o consumo atual com os consequentes impactos ambientais. Portanto, como já dito anteriormente, o meio ambiente em que vivemos pede “socorro” e devemos conscientizar a sociedade para os moldes de desenvolvimento sustentável, que não impedem a evolução do mercado que conhecemos, mas sim, traz parâmetros para que a natureza seja respeitada enquanto ocorre essa evolução, fazendo com que modelos utilizados atualmente em larga escala como a “obsolescência programada” entre em desuso, pois visada pelo capitalismo e pelo consumo exagerado se tornou uma maneira vantajosa para fornecedores que a veem como uma opção de largo crescimento sem que ocorra a observância das

consequências geradas no pós-consumismo que agrava o meio ambiente de maneira acelerada.

A pesquisa utilizou o método dedutivo, partindo da análise do consumo, nas sociedades modernas, e seus reflexos sociais, econômicos e ambientais. Para desembocar na análise específica de fenômenos como o da obsolescência programada.

Para tanto uma análise doutrinária, legislativa e principiológica foi fundamental.

2 CONSUMO E CONSUMISMO NA MODERNIDADE LÍQUIDA

É através do desenvolvimento econômico, que já progrediu em relação ao conceito genuíno de crescimento econômico, que nasce o desenvolvimento sustentável que se preocupa com o uso conscientizado dos recursos produtivos e a sua manutenção.

Apesar de diferentes opiniões sobre as questões pontuadas, é necessário que haja essa preocupação para a melhoria da qualidade de vida através do equilíbrio entre as dimensões ambiental, social, territorial e econômica, que serão melhor delineados nos tópicos seguintes.

2.1 A Sociedade de Consumo

O consumo que tempos atrás era considerado uma necessidade atualmente é visto como um ato de prazer. Vivemos em uma sociedade cujo consumo exagerado acontece sem que percebamos, a sociedade não se preocupa com a falta de necessidade pelo que se está comprando, mas sim no prazer de possuir aquele objeto de desejo.

Se prepararmos para observar a crise ambiental do planeta, o agravamento provocado pela escassez dos bens ambientais devido ao consumismo desenfreado do comportamento humano como consequência ao seu estilo de vida, está diretamente influenciando de forma negativa o equilíbrio da vida na terra significativamente.

Esse consumo desvairado vem ocorrendo no Brasil há alguns anos e como o brasileiro, como já é de costume, só percebe o que lhe interessa ou corresponde, dificilmente humanistas e ecologistas são encontrados para que se preocupem com o meio ambiente e aqueles que se interessam não conseguem mudar muita coisa sozinhos.

Com a facilidade do crédito que as instituições financeiras oferecem, os hábitos consumistas da sociedade são cada vez mais alimentados, o que gera muitas vezes até o endividamento por buscar aquilo que não necessita e com dinheiro que muitas vezes não possui.

Dessa forma, Teresa Ancona Lopez (2012, p. 45) nos traz à tona o assunto:

Partindo do pressuposto de que o consumo é um ato social, que se realiza a partir de padrões culturais, o legislador reconheceu a fragilidade em que se situa o consumidor, donde decorre a presunção legal da sua vulnerabilidade. E essa satisfação de necessidades individuais, sejam elas físicas ou culturais, o consumo acaba por apresentar reflexos que ultrapassam a pessoa do consumidor. Um dos mais notáveis está precisamente no descarte dos resíduos decorrentes do consumo.

O aumento das necessidades que nos são induzidas eleva o consumo e como consequência o aumento dos resíduos pelo meio ambiente, ou seja, o mesmo consumo que traz a sensação de obtenção de algo novo que tanto satisfaz o ser humano também acaba ocasionando um movimento inverso, afetando de forma negativa a qualidade de vida de toda uma sociedade.

Esse desperdício e acúmulo ocasionados pelo consumismo exagerado está enraizado na nossa cultura, o desperdício exorbitante de alimentos e material que acaba não sendo reciclado é incalculável, seja em festas como casamentos, aniversários, carnaval e demais datas comemorativas.

O consumismo está desenfreado pois nosso plano de vida é alto e não pensamos na sustentabilidade, é difícil falar em consumo sustentável em um País cujo hábito sempre foi o pelo gasto para gerar a sensação de felicidade em quem consome, muitos possuem o pensamento que se vive apenas para consumir e que o materialismo é a única resposta para o trabalho e seu salário mensal.

Nesse sentido, Ricardo Stanziola (2012, p.58) afirma:

Caso se mantenha o atual ritmo de crescimento, a humanidade precisará de pelo menos dois outros planetas Terra no final do século XXI para manter os padrões correntes de consumo. Para atenuar e reverter esses inúmeros problemas, espera-se que na Rio+20 os líderes globais definam um caminho para a transição rápida e justa ao desenvolvimento sustentável, que assegure um padrão de vida razoável para a população mundial e interrompa a destruição dos ecossistemas.

As questões éticas e o modo de organização da sociedade são ligados a natureza e devem ser amplamente consideradas para a regulamentação religiosa, moral

e social. Agora se encararmos a visão sociológica do consumismo cria-se uma série de necessidades infinitas cujo reflexo aponta diretamente na vida em sociedade.

O consumo não serve apenas para o contentamento das necessidades físicas e sociais, envolve aspectos subjetivos que são diretamente ligados aos desejos de cada um, tanto que o marketing no oferecimento de produtos e serviços para consumo se utiliza justamente desse desejo para impulsionar as vendas, ou seja, não se compra um tipo de carro para utilizá-lo como meio de transporte, mas sim para ostentar o desejo de possuir aquele carro de uma marca específica.

Platão e Aristóteles, pensadores clássicos, já se preocupavam com a relação do homem e o consumo, ambos afirmavam que o ser humano deveria limitar ou até eliminar os seus desejos consumistas de modo a cultivar o comedido consumindo somente o necessário para se viver.

O pós-consumismo não desvia a necessidade de se reconsiderar a situação da sociedade contemporânea ao verificar os níveis de produção e de consumo, assim como previsto no Art. 225, caput, da Constituição Federal, cabendo dessa forma relacionar os efeitos com o direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e sadio.

Porém, na prática, esse equilíbrio do meio ambiente está distante de acontecer, a fauna e flora está em pleno desequilíbrio, com a extinção de várias espécies, pois cada animal necessita da presença de um ou de outro para suprir este equilíbrio.

Segundo afirmação do economista alemão E. E Schumacher, “nos países ricos, o crescimento exponencial da produtividade mostra que a demanda de bens, que já se satisfazia com o nível de produção anterior, continua aumentando”. Isso devido ao desejo da sociedade pelo consumo sempre se renovar.

Contudo, o problema do consumismo não é exatamente apenas do consumidor, como é ressaltado por Alier e Jusmet, “a demanda dos consumidores influencia as decisões das empresas, que estarão apoiadas no poder de compra do consumidor. Ocorre que, muitas vezes, o consumidor tem um número muito restrito de alternativas, de acordo com a oferta do mercado”.

O consumismo insustentável surge não apenas pela negligência da sociedade como um todo, mas pela oferta e procura que as empresas proporcionam de

maneira desenfreada, como esses produtos possuem “validades” ou por sempre haver uma tecnologia nova a cada ano, o consumo inconsciente ocorre de maneira despercebida e constante, não é à toa que um aparelho de telefonia móvel não dura mais que um ano, seja pelos materiais cada vez mais frágeis presentes em sua construção visando a necessidade de sua troca por avarias ou pelas empresas segurarem as tecnologias para empregar novidades ano após ano de maneira paliativa afim de atrair os consumidores que não se imaginam sem aquela novidade a partir do momento que lhe são apresentadas e assim sucessivamente com diversos outros produtos.

2.2 O Consumismo Sustentável

O consumo é identificado como um dos grandes obstáculos para os fins objetivados pelo princípio do desenvolvimento sustentável, dessa forma os participantes da Conferência do Rio em 1992 o introduziram na Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, esse princípio faz relação diretamente ao desenvolvimento sustentável com a redução do consumo nos níveis atuais.

Para alcançarmos um desenvolvimento sustentável e uma qualidade de vida digna a todos, os Estados devem reduzir e eliminar padrões insustentáveis de consumo e produção promovendo políticas demográficas adequadas, contudo a legislação brasileira ainda é fraca em acolher disposições que busquem de forma mais concreta e direta restringir o consumo em nome da sustentabilidade, sendo apenas o Estatuto da Cidade como visto anteriormente que adota padrões de produção e consumo sustentáveis sob o ponto de vista municipal e a Política Nacional sobre Mudança do Clima que prevê estímulos com o apoio a manutenção e promoção de padrões sustentáveis de produção e consumo.

É natural para um país como o Brasil que possui como raiz uma enorme desigualdade na distribuição de renda, com milhões de pessoas em situação de pobreza que a busca na redução ou estabilização do consumo não seja um dos objetivos prioritários a curto prazo, dessa forma não gera espanto que a legislação brasileira de

proteção ao consumidor, especificamente na Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), não faça qualquer referência a necessidade da observação ao princípio do desenvolvimento sustentável.

De acordo com a Política Nacional do Meio Ambiente, o consumidor possui o direito de informação e educação para a obtenção da conscientização da população em geral, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, os produtos precisam possuir em seus rótulos a indicação ecológica, além de serem disponibilizados programas com informações sobre os produtos relacionados ao meio ambiente para que esses consumidores possam possuir em seu auxílio as devidas informações sobre como promover a prática de atitudes mais positivas em relação ao consumo sustentável.

Apenas através da educação que a população terá esclarecimento para fazer escolhas positivadas em relação ao meio ambiente, estimulando dessa forma a produção sustentável, tais considerações provocam melhorias na qualidade de vida, bem como a transparência nas relações de consumo.

O Estado, sempre que possível, precisa se preocupar em agilizar e aperfeiçoar a qualidade de vida do homem inserido no mercado de consumo, além dos seus direitos é primordial a necessidade de se pensar em sua contrapartida, com obrigações em relação ao meio ambiente, buscando dessa forma uma conscientização sustentável em todas as demandas que exerce sobre os bens de serviço satisfazendo assim suas reais necessidades.

Desse modo, incluir o direito de informação e educação como ditadores do comportamento do consumidor para a conscientização da população de modo geral se faz essencial.

A agenda 21 sugere que os Governos ajam em conjunto com a indústria e demais grupos pertinentes devendo incentivar a rotulagem com as especificações ecológicas e demais programas de informação sobre produtos pertencentes ao meio ambiente de modo a auxiliar os consumidores a fazer suas escolhas melhor informados, assim como adotar práticas mais positivas em relação ao consumo sustentável por intermédio da educação, projetos de esclarecimento ao público e outros, como exemplo a publicidade positivada de produtos e serviços que empreguem tecnologias ambientalmente saudáveis.

Por se tratar de elementos indispensáveis para a liberdade de escolha do consumidor, o Código De Defesa do Consumidor elevou os direitos de informação e educação ao nível de direitos básicos e a Constituição Federal, por sua vez, genericamente prevê o direito à informação e à educação sendo especificamente no seu art. 225, inc. VI, obrigação do Poder Público promover a educação ambiental.

A agenda 21 destaca o desenvolvimento de uma política destinada ao preço ambientalmente saudável para o estímulo as mudanças de comportamento do consumidor, portanto, a administração de tributos em sua finalidade extra fiscal e os instrumentos de comando e controle cuja relação transparente de consumo é essencial para que o consumidor sinta-se seguro ao adquirir produtos ou serviços que atendam as expectativas em relação ao meio ambiente satisfazendo minimamente as condições de modo a assegurar o bem estar das próximas gerações.

2.3 O Desenvolvimento Econômico Visando a Sustentabilidade

Embora nos últimos anos o conceito de sustentabilidade tenha tido uma grande evolução, atualmente a busca pelo desenvolvimento permanece priorizando o crescimento econômico. Ainda que compreendamos a distinção entre o crescimento e o desenvolvimento, as políticas e a grande maioria das ações econômicas se baseiam pelo uso de recursos que possibilitem o aumento da produção, o que gera um desafio enorme para o desenvolvimento da sociedade como um todo.

Dessa forma, esse modelo atual tende a acabar com a base de recursos naturais, além de multiplicar as distorções entre a sociedade, por isso o desenvolvimento de uma região não deve apenas buscar a parte econômica, mas sim toda uma dimensão sociocultural.

Muito embora tenha ocorrido uma evolução sobre o conceito de sustentabilidade nos últimos anos, a “caçada” pelo desenvolvimento continua priorizando primariamente o crescimento econômico. Até mesmo em certos casos em algumas regiões e países há a possibilidade de se reconhecer um real avanço para os estágios de desenvolvimento.

Dessa forma, Maria Helena Martins Brasileiro (2006, p. 88) aponta que:

[...] os resultados alcançados com a implantação do modelo de desenvolvimento vigente, baseado na otimização dos lucros, na industrialização como única via de desenvolvimento, no uso indiscriminado dos recursos naturais, no crescimento econômico como fator antecedente ao desenvolvimento, propiciaram a emergência de novas formas de pensar o desenvolvimento, procurando atender ou mesmo explicar, a questões até então negligenciadas, tais como: a distribuição desigual das riquezas; o agravamento da pobreza e exclusão social; a precarização das relações de trabalho; e o esgotamento dos recursos naturais.

Para Gustavo da Costa Lima (2003, p. 109), não há sustentabilidade possível sem a incorporação das desigualdades sociais e políticas e de valores éticos de respeito à vida e às diferenças culturais.

Assim como que para Marcionila Fernandes (2003, p. 16-17), o debate sobre a busca do desenvolvimento sustentável como forma de legitimação e manutenção do poder pelos países dominantes, uma vez que apresentam preponderância sobre os de baixa renda, pelos níveis inaceitáveis de saúde, escolaridade e consumo per capita de proteínas, se faz necessária para que haja a reflexão sobre a possibilidade de um atendimento as necessidades de forma igualitária a toda sociedade.

Christian Luiz da Silva (2006, p. 17) descreve o desenvolvimento sustentável como o:

[...] resultado da interação social em um determinado espaço, com bases culturais cultivadas no decorrer do tempo, com finalidades econômicas e obedecendo às instituições reconhecidas naquela sociedade e considerando a manutenção do estoque ambiental existente.

Christian Luiz da Silva (2005, p. 38), conclui sobre o desenvolvimento sustentável que:

O conceito de desenvolvimento sustentável deve ser visto como uma nova forma de enxergarem, teoricamente, os fatos. A sociedade evolui estada em sua inter-relação nas dimensões sociais, ambientais, culturais, econômicas e espaciais e, por isso, não se pode analisar, parcialmente, o processo de desenvolvimento. Visto esse processo como um sistema adaptativo complexo, nota-se que as mudanças são irreversíveis e contínuas, ampliando a responsabilidade de toda sociedade com o seu presente e com o das futuras gerações. Essa responsabilidade demanda ações construtivas de uma base de discussão teórica e aplicada que se sustenta na busca contínua da evolução da

sociedade e das alternativas decisórias, com as quais conta para otimizar os recursos existentes, considerando as dimensões inter-relacionadas, com a intenção de avançar de forma harmoniosa para o objetivo da sustentabilidade.

Mesmo havendo críticas em relação ao conceito de desenvolvimento sustentável, não se pode fechar os olhos negando a sua visão multidimensional, vindo de encontro com as necessidades do mundo para um desenvolvimento equilibrado.

Na visão de Ignacy Sachs (2004, p. 15-16), o desenvolvimento sustentável classificado de acordo com cinco pilares:

- a) O Social, fundamental por motivos tanto intrínsecos quanto instrumentais, por causa da perspectiva de disrupção social que paira de forma ameaçadora sobre muitos lugares problemáticos do nosso planeta;
- b) O Ambiental, com as suas duas dimensões (os sistemas de sustentação da vida como provedores de recursos e como “recipientes” para a disposição de resíduos);
- c) O Territorial, relacionado à distribuição espacial dos recursos, das populações e das atividades;
- d) O Econômico, sendo a viabilidade econômica a conditio sine qua non para que as coisas aconteçam; e) a Política, pois a governança democrática é um valor fundador e um instrumento necessário para fazer as coisas acontecerem, a liberdade faz toda a diferença.

Para que seja de fato alcançado, o planejamento deve ser a longo prazo, reconhecendo os inúmeros recursos naturais presentes no planeta e tendo a consciência que são finitos e para todos. O desenvolvimento Sustentável não é a interrupção do crescimento, mas sim um caminho para garanti-lo de maneira integrada e participativa considerando a valorização e o uso racionalizado dos recursos presentes na natureza.

3 O PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Princípio é tudo aquilo que conduz, norteia, apresenta uma direção, dessa forma, levando-se em conta a questão da informação, esse princípio tornou-se imprescindível já que é algo vital para a atividade humana, sendo inseridos de maneira natural nas relações de consumo, seja de matéria contratual ou não.

De acordo com o jurista Luís Gustavo Grandinetti Castanho de Carvalho (2002, p. 253-263):

Não há sociedade sem comunicação de informação. A história do homem é a história de sua comunicação com os demais; é a história da luta entre as ideias; é o caminhar dos pensamentos. O pensar e o transmitir o pensamento são tão vitais para o homem como a liberdade física.

Atualmente, em uma sociedade moderna, globalizada, cuja velocidade de comunicação ultrapassa todos os limites do que já foi imaginado, quem tem informação tem poder, fato este que torna o fornecedor sempre o elo mais forte da relação de consumo, não sendo apenas uma regra geral o dever do fornecedor em fornecer informação clara, precisa, correta e adequada, mas sim um princípio fundamental do Código de Defesa do Consumidor, mesmo porque os direitos do consumidor são irrenunciáveis.

O grande objetivo, da Política Nacional de Relações de Consumo, é justamente a assistência das necessidades dos consumidores, tendo como diretrizes o respeito a sua integridade, saúde e segurança, assim como o acolhimento de suas preferências econômicas, a melhoria da sua qualidade de vida e a transparência e harmonia das relações de consumo.

Porém, a defesa e garantia desses direitos, estão longe de estarem em seu pleno funcionamento, mesmo presentes na Constituição Federal de 1988 em seu art 5º, XXXII, como também no art 170, V, sendo fortalecidos pelo Código de Defesa do Consumidor em 1990.

Um dos princípios mais ultrajados, acaba sendo o princípio da informação. O artigo 4º, incisos I e II e 6ª, inciso III, ambos do Código de Defesa do Consumidor trazem o seguinte:

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

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;
II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: (...)

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

Portanto, a informação, não apenas no Direito, é indispensável para o aprimoramento legítimo de qualquer relação de consumo, pois encerra qualquer acordo feito às escuras, sem o devido esclarecimento das circunstâncias, sendo de fácil entendimento concluir o por que o direito de informação consiste em uma ferramenta fundamental para proporcionar o devido equilíbrio entre as partes da relação de consumo, fazendo com que o consumidor escolha de maneira consciente os produtos e serviços em sua disposição.

4 DEFEITO DE INFORMAÇÃO

A responsabilidade de fornecer todas as informações para a parte menos favorável da relação, ou seja, o consumidor, é do fornecedor, sendo que a falta delas poderá causar problemas que afetam todo o ciclo de consumo.

4.1 Responsabilidade Pelo Fato Do Produto ou Serviço

É entendido como fato do produto ou do serviço o dano causado ou o potencial de se causar acidente ao consumidor, sendo que esse produto ou serviço veio a causar ou poderia causar lesões sérias para aqueles que lhe utilizarem.

A respeito do tema, Sérgio Cavalieri Filho (2012, p. 519) discorre:

O fornecimento de produtos e serviços nocivos à saúde ou comprometedores da segurança do consumidor é responsável pela grande maioria dos acidentes de consumo. Ora é um defeito de fabricação ou montagem de uma máquina de lavar, numa televisão, ou em qualquer outro aparelho eletrodoméstico, que provoca incêndio e destrói a casa; ora uma deficiência no sistema de freio do veículo que causa um acidente com graves consequências; ora, ainda, é um erro na formulação de medicamento ou substância alimentícia que causa dano à saúde do consumidor, como câncer, aborto, esterilidade etc.

Desse modo, a doutrina geralmente classifica como fato gerador o decorrente de defeito do produto, atingindo a integridade física e psicológica do consumidor, seu patrimônio ou atingindo terceiros.

4.2 Os Responsáveis

Pelo caput do art. 12 do Código de Defesa do Consumidor confere-se a responsabilidade do fato do produto ao fabricante, ao produtor, ao construtor e ao importador, havendo a existência de culpa ou não.

O fornecedor citado pelo artigo 12 faz referência a todos que fazem parte, de alguma maneira, do ciclo produtivo-distributivo, pela doutrina o fornecedor pode ser classificado em três categorias: real, presumido e aparente.

Como fornecedor real fazem parte: o fabricante, o produtor e o construtor. Como fornecedor presumido: o importador de produto industrializado ou in natura. E como fornecedor aparente aquele que lança a sua marca no produto final.

Já como definição de fabricante, entende-se ser aquele que fabrica os produtos e os coloca no mercado para o consumo, como também, o montador o fabricante de peças que irão ser destinadas para a produção final do produto.

4.3 Dos Defeitos Segundo o Código de Defesa do Consumidor

É entendido como defeito o que compromete a segurança que é esperada de um produto ou serviço, podendo vir a causar danos físicos, patrimoniais e até psicológicos aos consumidores.

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor Brasileiro o produto é considerado defeituoso quando não oferece a segurança que dele é esperada, tendo que levar em consideração as circunstâncias que forem relevantes, tais como a apresentação do produto, o uso e os riscos que se espera do produto e quando foi posto em circulação, ainda em seu art. 12 os defeitos são descritos como sendo decorrentes de projeto, de fabricação, montagem, construção, formulação, manipulação, apresentação ou até mesmo acondicionamento, dessa forma quando as informações são de alguma forma insuficiente ou não adequadas quanto a sua utilização os riscos que esses produtos podem causar são incalculáveis.

Pela doutrina de Marins (1993, p. 113) os defeitos possuem uma classificação, sendo separados em 3 modalidades:

- Defeito de projeção ou criação: Quando os defeitos decorrem de projeto ou formulação.

- Defeito de produção/fabricação: Quando decorrem de fabricação, montagem, manipulação, construção e acondicionamento dos produtos.
- Defeito de informação: Quando são causados por deficiência na publicidade, apresentação ou falta de informações adequadas, essas informações devem sempre estar de forma explícita, clara, contendo todas as informações sobre o uso correto do produto, levando-se em conta o nível de conhecimento do homem comum.

4.4 Da Responsabilidade Civil Do Fornecedor De Serviço

Os fornecedores, assim como descrito no caput do art.12 do Código de Defesa do Consumidor, respondem por danos que possam causar pelos seus serviços, não necessitando que haja a presença de culpa na equação.

De acordo com o art. 14 do Código de Defesa do Consumidor, a responsabilidade oriunda do fato do serviço consiste em:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Como já visto, a grande diferença entre os artigos 12 e 14 do Código de Defesa do Consumidor consiste na indicação dos responsáveis, no art. 12 os responsáveis são o fabricante, construtor, produtos, importador, enquanto que no art.14 temos apenas o fornecedor como responsável, incluindo todos os participantes da cadeia produtiva.

Portanto, a aplicação do Código possui um campo vasto, cobrindo inúmeras atividades e prestadoras de serviços como escolas, hotéis, bancos, hospitais, dentre tantos outros, sendo considerado como defeito os serviços que não fornecem a segurança que dele se espera, como o modo de fornecimento (art. 14, § 1º, inciso I); o

resultado e os riscos que pose-se esperar (art. 14, § 1º, inciso II); quando foi fornecido (art. 14, § 1º, inciso III).

5 A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Com o grande avanço da tecnologia nos últimos anos, os produtos eletrônicos acabam se tornando obsoletos com facilidade, um celular de última geração hoje, se torna ultrapassado amanhã devido ao grande fluxo de lançamentos de novos produtos.

A obsolescência programada pode ser conceituada facilmente, justamente, por essa situação tão comum nos tempos atuais, ou seja, trata-se da estratégia que a indústria utiliza para agilizar esse processo de atualização dos novos produtos fazendo com que o consumidor se sinta praticamente “obrigado” a realizar a troca do seu produto por um de nova geração, apenas para fazer parte das novidades trazidas. Desse modo, a sociedade de consumo se torne cada vez mais programada a descartar produtos que tempos atrás possuíam uma durabilidade muito maior, fomentando-se assim o consumo.

O marketing tem ponto fundamental nesse estímulo da obsolescência programada, os fornecedores fazem de tudo para conquistar seus consumidores e vencer a “guerra civilizada” que o mercado de consumo representa, se valendo de estratégias para que nasça no consumidor o desejo de consumo por novos produtos ou por versões atualizadas do que já possuem.

Após a Segunda Guerra Mundial, esse aumento de consumo se tornou expressivo em diversos países, muito pela modernização e pela grande expansão do regime capitalista, aliado com o aumento demográfico da população e pelas empresas transnacionais que em escala mundial passaram a produzir os mais variados produtos para o consumo. A obsolescência programada como bem classificada por Bauman consiste no “motor da sociedade de consumo” já que incentiva, continuamente, a troca de produtos fazendo com que o descarte dos antigos ocorram em um curto período.

Bauman (2008, p. 31) destaca:

Afinal de contas, nos mercados de consumidores-mercadorias, a necessidade de substituir objetos de consumo defasados está inscrita no design dos produtos e nas campanhas publicitárias calculadas para o crescimento constante das vendas. A curta expectativa de vida de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de marketing e no cálculo de lucros: tende a ser preconcebida, prescrita e instilada nas práticas dos

consumidores mediante a apoteose das novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem).

Essa estratégia mercadológica visa aumentar o consumo de novos produtos assim como Miragem (2013, p. 325) exemplifica: "[...] redução artificial da durabilidade de produtos ou do ciclo de vida de seus componentes, para que seja forçada a recompra prematura". Essa duração cada vez menor dos produtos, aumenta o lucro empresarial através do aumento de produção e venda de novos produtos e traz grandes problemas ambientais, pois o descarte dos produtos obsoletos também já ultrapassa a normalidade, o documentário espanhol "Comprar, tirar, comprar: la historia secreta da obsolescência programada" demonstra esse fenômeno e, inclusive revela que a origem se deu na indústria de lâmpadas em 1920, no qual possuíam duração de 2500 horas, mas atualmente em média, não ultrapassam 1000 horas. Nesse patamar, segundo o mesmo documentário, diversos produtos são fabricados para que parem de funcionar depois de um determinado tempo de funcionamento, como impressoras ou até feitos com materiais de baixa qualidade para que sejam adquiridas, constantemente, como as meias-calças, isso tudo só vem a demonstrar o quanto o lucro das empresas cresce a cada ano devido ao ciclo vicioso do consumismo desenfreado da população.

O Superior Tribunal de Justiça (STJ, 2012) tomou decisão pelo abuso da prática em questão, julgando o Recurso Especial nº 984106/SC, em 04 de outubro de 2012.

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

Para o Tribunal, o Poder Judiciário deve combater essas práticas abusivas, mesmo porque vão contra a Política Nacional das Relações de Consumo, pelos princípios constantes no artigo 4º, inciso II, alínea "d", do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade,

saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:
d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

A jurisprudência brasileira, já teve seu entendimento pacificado quanto ao assunto, devido a grande vulnerabilidade do consumidor frente aos abusos causados pela obsolescência programada porém ainda há a necessidade de harmonização em relação ao consumo e o meio ambiente para que todos esses efeitos do consumismo desenfreado não causem tanto impacto no meio ambiente devido ao descarte de produtos após o consumo, necessitando que o comportamento do consumidor mude para que haja a redução do desperdício e utilização de bens de consumo que sejam menos prejudiciais ao meio ambiente.

6 O SISTEMA CRADLE TO CRADLE

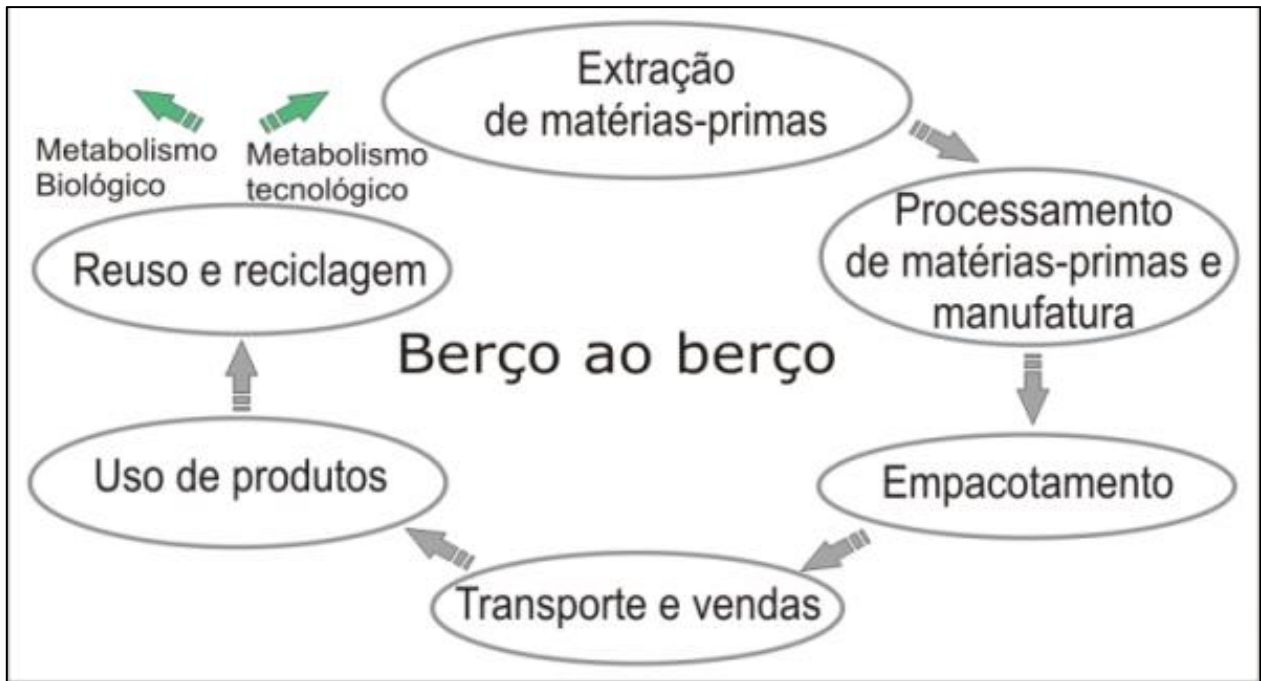
O grande crescimento material que ocorreu nos últimos anos causou a redução da biodiversidade em variadas regiões, sendo a mais acentuada nos trópicos (WWF,2014). O uso exagerado dos recursos naturais compromete cada vez mais o equilíbrio no ecossistema, tanto a saúde da fauna e da flora estão comprometidas, segundo estudos do MEA (Millennium Ecosystem Assesment) 15 dos 24 serviços dos ecossistemas, nos últimos 50 anos, foram degradados, dessa forma, os primordiais desafios que as empresas terão em vista da relação de dependência e impacto serão em relação a escassez de água, as alterações climáticas e no habitat, a perda de biodiversidade tendo como consequência a propagação de espécies invasoras e por fim a exploração excessiva dos oceanos o que gera uma sobrecarga de nutrientes (WRI, 2012).

Portanto, os impactos a longo prazo influenciarão preços, modelos de negócios e o acesso aos recursos naturais para a economia mundial, fazendo com que o crescimento deixe de ser sinônimo do desenvolvimento já que a ação do homem causando tantas alterações nos sistemas naturais geram cada vez mais questionamentos, como, por exemplo, se vale a pena abrir mão da saúde ambiental pelo desenvolvimento.

Seguindo esse raciocínio, as empresas estão sendo condicionadas a desenvolver ações e soluções que sejam corretas socialmente, economicamente viáveis e que respeitem o meio ambiente através da sustentabilidade transformando a maneira de idealizar e gerenciar produtos, materiais, resíduos, processos e serviços.

O uso de tecnologia e produção limpas e ecologicamente eficientes tornaram-se rotina no contexto de produção sustentável, porém cabe ao consumidor a missão de dar destino adequado aos produtos quando estes chegam ao final, e é nesse panorama que surge o modelo “Cradle to Cradle” que vislumbra uma nova relação entre a produção e o consumo sem a produção de resíduos ou danos ao meio ambiente.

Figura 1: Cradle to Cradle (Berço a Berço ou C2C).



Fonte: Jacques (2011, p. 60).

Segundo o modelo C2C é efetuado um projeto de produção e processos produtivos, com análises dos impactos causados ao meio ambiente durante o processo de produção, a predileção do consumidor, dos tipos de materiais e etc, portanto, para que todas as partes envolvidas durante a produção possam ser reutilizados em novo processos e não apenas descartadas, assim como Collato, Manganeli e Ossani (2016, pag. 85) expõem “Pressupõe redesenhar completamente produtos e processos de modo que materiais e processos possam ser introduzidos ao final da sua vida útil, todos os materiais podem ser reutilizados e nada considerado como desperdício.”

O uso intenso e contínuo dos recursos naturais esteve sempre presente na atividade industrial, devido a isso o meio ambiente foi levado a degradação e escassez dos recursos fundamentais para a sociedade. Por esse motivo, o americano William McDonough e o alemão Michael Braungart por meio de estudos perceberam a necessidade de uma verificação no ciclo de vida do produto.

Pela doutrina de Jacques (2011, pag. 60):

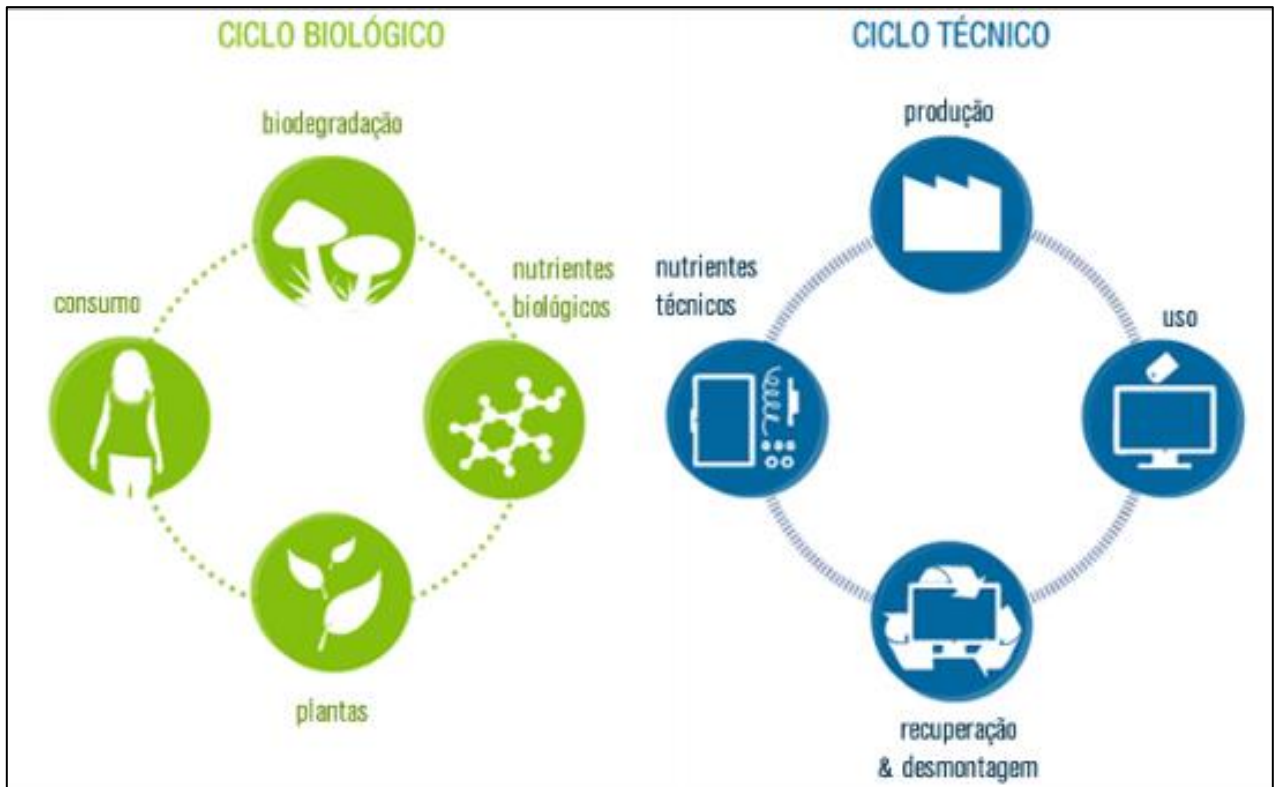
No conceito C2C, destaca-se a necessidade de fechar o ciclo de vida do produto, o que ocorre de duas formas: a) os materiais e componentes retornam para indústria, como matérias-primas ou b) são decompostos na natureza com segurança sem risco ambiental. Para fechar o ciclo berço a berço é preciso eliminar o conceito de resíduos, valorizar os resíduos como nutrientes (técnicos ou biológicos), eliminar a contaminação do ar, solo, água e das pessoas, por fim, maximizar os impactos positivos ambientais.

Na realidade o Cradle to Cradle (C2C) consiste na substituição do molde atual de uso e descarte, por um sistema onde os materiais regressam ao ciclo produtivo infinitas vezes. A proposta não é diminuir o fluxo produtivo ou de materiais e sim remodelar os processos e hábitos de consumo existentes atualmente, de modo a estimular uma produção onde não haja desperdícios fazendo com que o final da vida útil de um determinado produto seja o reinício da criação de um novo e ainda melhor melhorando a qualidade e utilidade dos materiais

Em suma, o modelo industrial adotado atualmente deve ser repensado com o objetivo de promover uma produção ecologicamente positiva com o uso inteligente de produtos que possam retornar ao ciclo de produção reduzindo o desperdício e promovendo a reciclagem, trazendo desse modo menos riscos ao meio ambiente e por consequência, ao ser humano.

No “Cradle to Cradle” cada parte do produto é projetada com a intenção de trazê-lo de volta ao ciclo biológico o ao ciclo técnico (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2002), conforme presente na Figura 2.

Figura 2: Ciclo Biológico e Técnico.



Fonte: EPEABrasil, 2015.

Ciclo biológico: produtos de consumo, os que se modificam ou se perdem durante o uso, como produtos de limpeza e cosméticos que vão para o meio ambiente de um jeito ou de outro, por isso devem ser inseridos no ciclo biológico por meio de uma matéria prima biodegradável, saudável e seguro ao meio ambiente, não afetando o meio ambiente e a sociedade.

Ciclo técnico: são os produtos que continuam sem alteração durante e depois do seu uso, como móveis e utensílios domésticos, esse tipo deve ser incorporado no Ciclo técnico com materiais 100% recicláveis, ou seja, ao desmontar tais produtos suas partes devem servir para a reutilização na fabricação de novo produtos.

De acordo com, Abramovay (2015, pag. 03):

A economia circular tem a ambição de transformar este sistema para que tanto os nutrientes biológicos, como os nutrientes técnicos que compõe a riqueza sejam permanentemente não apenas reciclados, mas revalorizados ao longo dos processos produtivos. [...] preconizam uma economia não apenas menos danos, mas regenerativa tanto dos ecossistemas como dos tecidos sociais que

têm sido sistematicamente destruídos pelas formas atuais como se obtém riqueza

Para isso acontecer a linha de produção deve pensar no tipo de material empregado em suas embalagens e componentes para que voltem ao processo produtivo para serem reutilizados, as formas com que os produtos são produzidos também necessitam de um novo processo com a utilização de fontes renováveis de energia de modo integrado com as indústrias, consumidores e pesquisadores ajudando assim para o desenvolvimento sustentável.

7 RELAÇÕES DE CONSUMO

As relações de consumo entre fornecedores de produtos e/ou serviços e consumidores existem desde a era medieval, no berço do chamado comércio, através das trocas de mercadorias, de lá para cá essas relações foram se desenvolvendo das mais variadas formas se tornando essenciais para a vida em sociedade.

7.1 Histórico

É sabido que no início o comércio era dado através de trocas, o famoso “escambo”, logo após as relações de consumo entre os indivíduos foram evoluindo, e naturalmente as trocas acabaram se transformando.

Na idade medieval já existem registros sobre a preocupação com a defesa do consumidor, dessa forma Aristóteles, em citação feita por Filomeno (2001, p. 23) ensina:

Da Constituição de Atenas, na Grécia, tinha-se uma preocupação constante com a defesa do consumidor [...] também na Europa Medieval, principalmente na Espanha e na França, eram previstos castigos físicos para os falsificadores de substâncias alimentares. As ordens jurídicas, dos mais variados povos do mundo, passaram a partir de então, a reconhecer a figura do consumidor e, sobretudo, a sua vulnerabilidade, outorgando-lhe direitos específicos.”. A partir do século XVIII, as grandes descobertas advindas da Revolução Industrial, vieram modificar de maneira substancial as relações de consumo, já que da Revolução Industrial veio a produção em massa.

Devido a todas as transformações políticas e sociais o homem passou a buscar aperfeiçoar e aprimorar suas relações de consumo, através do respeito com quem fornece o produto ou serviço, protegendo o consumidor e atuando na prevenção e no combate aos abusos causados pelo fornecedor, principalmente após os eventos da revolução francesa.

Após a Revolução Industrial, as mudanças causadas podem de algum jeito terem influenciado o surgimento de um novo problema social, tendo dessa forma a necessidade de haver uma tutela entre fornecedor e consumidor.

Nas palavras de Marques (2008, p. 24) lembrando o discurso de John Kennedy em 1962 sobre a reflexão sobre os direitos do consumidor.

Considera-se que foi o discurso de John Kennedy, no ano de 1962, em que este presidente norte americano enumerou os direitos do consumidor e os considerou como necessário para o mercado o início da reflexão jurídica mais profunda sobre este tema. O novo aqui foi aqui, foi considerar que “todos somos consumidores”, em algum momento de nossas vidas temos este status, este papel social e econômico, estes direitos ou interesses legítimos, que são individuais, mas também são os mesmos do grupo identificável (coletivo) ou não (difuso), que ocupa aquela posição de consumidor, do seu aparecimento nos Estados Unidos levou certo tempo para surgir legislativamente no Brasil, apesar de ter conquistado facilmente a Europa e todos os países capitalistas da época.

O Brasil, levando-se em conta o ordenamento jurídico pátrio, nota-se que muito foi importado de Portugal durante o período colonial, abrangendo, portanto, as relações da época, nesse esteio, com o passar dos anos, para que as relações fossem aprimoradas, diversas normas foram editadas, tais como a Lei 1.521/51, o Decreto 04/64, a Lei nº 6.463 de novembro de 1977 e tantas outras.

Segundo Cavalcanti, em citação de Bagatini (2001, p. 72):

A proteção do consumidor é resultado claro desses condicionamentos, vale dizer, da necessidade de conciliação dos interesses individuais com os coletivos, ou sob outra ótica, de equilíbrio, entre deferentes interesses, coletivos protegendo o mais fraco. Não é porem, fenômeno isolado, mas apenas uma das manifestações desse movimento sociojurídico de caráter conciliatório, ou se preferir, de transformação para o Estado Social.

Portanto, surge a necessidade que o Estado intervenha no mercado com a função de proteger a parte mais fraca da relação de consumo, tendo em vista que pioneiramente as revoluções prevaleciam, até hoje em dia, o salto foi grande, com o surgimento de diversos instrumentos para a defesa da parte lesada na relação de consumo, assim como visto na Constituição de 1988 cuja preocupação do legislador com as relações de consumo é visível.

Art. 5º CF/88. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXII- o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

Dessa forma, o Estado possui como missão igualar as relações de consumo regulando para que os abusos ou lesões sejam superados evitando que ocorram.

Assim como leciona Brandão (2008, p. 2):

Com efeito, a discussão trazida à baila possui diversos aspectos que revelam uma adaptação de princípios clássicos através de interpretações que venham formar um ordenamento jurídico coerente, eficaz e mais próximo de sua finalidade, qual seja, a harmonia associada ao equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores, através de uma fusão lógica e sistêmica entre boa-fé e equidade. O que se tentará mostrar é uma outra perspectiva em relação à finalidade da lei 8.078/90 como uma norma não só de proteção dos interesses dos consumidores como também pode ser aplicada sem prejuízo dos interesses dos fornecedores, a ponto de elidir até mesmo eventual abuso de direito praticado por ambos os sujeitos da relação jurídica, o que permite, através de uma interpretação conforme a Constituição Federal, se compreender melhor a extensão dos princípios basilares (como, por exemplo, o art. 170, art. 3º da CF/88, bem como o art. 4º do CDC) com vistas à harmonia, equilíbrio e boa-fé nas relações entre fornecedores e consumidores. O abuso de direito, até então um objeto estranho na legislação consumerista, porém, presente como fator de desequilíbrio na própria relação de consumo, pois atinge a boa-fé que deve ser um referencial elementar de conduta entre ambos os partícipes em prol da integridade material e moral, tem se revelado um importante ponto de partida para a reformulação da interpretação que deve ser atribuída pelos aplicadores do direito, no caso concreto, à própria finalidade da lei 8.078/90. Trata-se, portanto, de uma norma de ordem pública e de interesse social, sendo que a sua finalidade e alcance devem ultrapassar, sem desmerecer ou ignorar, os interesses privados envolvidos, seja do lado do fornecedor, seja do lado do consumidor, uma vez que, a perfeita harmonia e adequação entre a proteção do consumidor como parte mais fraca que é e a necessidade de se incentivar e evitar obstaculização ao desenvolvimento econômico e tecnológico, através da proteção da livre iniciativa e concorrência, corresponde a uma razoabilidade necessária ao interesse social, o qual deve prevalecer, acima de tudo.

A norma tem como objetivo proteger os sujeitos da relação de consumo de modo que não exista prejuízos as partes, seja fornecedor, seja consumidor, buscando o Código de Defesa do Consumidor mitigar a supremacia do fornecedor protegendo o consumidor contra possíveis abusos do consumidor na relação de consumo.

7.2 O Tratamento dado pelo CDC

O Código de Defesa do Consumidor em seu art. 4º traz os princípios basais da relação entre as partes.

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

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

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

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

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

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

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

O código de Defesa do Consumidor busca dar prioridade a boa-fé dos envolvidos, porém tem conhecimento da prevalência do fornecedor sobre o consumidor, devido a isso o código busca diminuir as diferenças de modo a promover uma maior igualdade na relação.

Segundo Bagatini (2001, p. 12) sobre o assunto:

O Código de Defesa do Consumidor entende que a relação de consumo encontra-se descompassada na sociedade, possuindo o fornecedor prevalência em relação ao consumidor. O regramento do código possibilita a diminuição da dessemelhança existente na sociedade de consumo. O tratamento diferenciado dado pelo CDC não caracteriza privilegiamento de um dos pólos, no caso, o do consumidor, mas simplesmente a aplicação do entendimento da moderna noção de igualdade.

Neste raciocínio, vemos que o CDC busca promover normas para a proteção do consumidor frente a preferência natural do fornecedor na relação, já que este sempre terá mais recursos sobre o primeiro, nesta linha de raciocínio tem-se a responsabilidade objetiva do fornecedor e a inversão do ônus da prova, visto que o fornecedor possui maior acessibilidade ao aparelhado técnico e ao poder econômico, enquanto que o consumidor sempre se apresentará como a parte mais vulnerável.

7.3 Os Sujeitos Da Relação De Consumo

O Código de Defesa do Consumidor assim define os sujeitos da relação de consumo:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor, a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

É notável a atenção dada pelo legislador ao cidadão leigo para que seja de fácil compreensão os conceitos estabelecidos pelo código, desse modo, quando se fala em consumidor, é encontrado na doutrina duas teorias que o definem, a maximalista e finalista.

Calazans (2007, p. 4), define:

Para os finalistas, aqueles que iniciaram a especialização da defesa do consumidor e aceitam que consumidor é a pessoa vulnerável. Consumidor para os finalistas é pessoa que adquire bens ou serviços para consumo próprio, para sua satisfação sem se falar em lucro.

Já os maximalistas entendem consumidor enquanto destinatário fático e econômico. Ou seja, é a pessoa que retira do mercado produto ou serviço e utiliza consumindo. As pessoas jurídicas, para ambas as correntes não merece a guarida do Código de Defesa do Consumidor, ainda que os artigos 2º e 51 do mesmo diploma legal tenham tentado, de forma literal, a proteção extensiva às pessoas jurídicas.

As correntes maximalistas e finalistas entendem que pode ser possível que as pessoas jurídicas sejam protegidas pelo Código de Defesa do Consumidor enquanto sejam destinatárias finais do bem ou serviço, e que, em hipótese alguma sejam tais bens reaproveitados no sistema de produção.

Para Filomeno (2004, p. 33-34), as teorias seguem uma direção de proteção ao consumidor mais abrangente:

Para os finalistas, pioneiros do consumerismo, a definição do consumidor é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores. Esta tutela só existe porque o consumidor é a parte vulnerável nas relações contratuais de mercado, como afirma o próprio CDC no art. 4º. Inc. I. Logo, convém delimitar claramente quem merece esta tutela e quem não a necessita, quem é o consumidor e quem não é [...]. Quanto aos maximalistas, vêem nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não normas orientadoras para proteger somente o consumidor não profissional. O CDC seria um Código geral sobre o consumo, um Código para a sociedade de consumo, o qual institui normas e princípios para todos os agentes de mercado os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores.

As teorias finalista e maximalista dão importância para a finalidade do produto ou do serviço, de modo a impossibilitar os conflitos.

Em relação ao papel do fornecedor, para Manucci (2000, p. 2):

Com relação ao tema é de que o fornecedor não necessita ser necessariamente uma pessoa jurídica, já que o texto legal traz a figura dos entes despersonalizados, podendo se entender assim por uma interpretação "latu sensu", de que também figuram como fornecedores aqueles que praticam atividades definidas em lei como fornecedor, podendo ser definidos como tais as pessoas que atuam na economia informal, autônomos, etc... Os entes de direito público que prestam serviços essenciais à sociedade como serviços de fornecimento de água, luz e esgoto também se enquadram na figura de fornecedores com base no artigo 3º da lei 8078/90. Desta feita, resta claro que a importância de se identificar uma relação de consumo dentro de um negócio jurídico está no fato de poder se estabelecer com precisão a competência para a incidência do Código de Defesa do Consumidor como corpo legal para dirimir os conflitos, pois se configurada tal relação o consumidor poderá experimentar todas as vantagens relativas à sua aplicação.

O fornecedor não precisa ser necessariamente pessoa jurídica, podendo ser entes despersonalizados, podendo ser definidos como tal por exemplo as pessoas físicas atuantes na economia informal e autônomos, o requisito da remuneração também é um fator primordial na caracterização do serviço e na identificação do sujeito da relação de consumo, já que mesmo que alguém aceite executar um serviço sem a remuneração,

estará enquadrado nas normas estipuladas pelo ordenamento, tendo deveres e obrigações pelas atividades executadas, com exceção daquelas que realizam serviços sem qualquer tipo contratual, como exemplo entre amigos, onde não há a presença da intenção de negócio, sendo assim ficam apartados naturalmente da relação de consumo.

8 O DANO MORAL NA DEFESA DO CONSUMIDOR

O fornecedor é aquele que lança produtos e/ou serviços no mercado, de acordo com o descrito no art.8º do CDC esses produtos e serviços não devem ser nocivos, com exceção do que for normal e previsível o que não gera nenhum ilícito penal, a não ser que os mesmos não alertem sobre os riscos, conforme art. 63 do CP e art. 64 a 66 do CDC.

8.1 Dano

Com a ocorrência do dano, ocorrendo prejuízos seja material, moral ou estético, através da ação ou mesmo omissão, a responsabilidade será objetiva, assim como presente no art. 10 do CDC:

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

Como visto, o legislador deixou claro na expressão “que sabe ou deveria saber” que de qualquer forma, se o produto ou serviço apresentar algum grau de perigo e mesmo assim for colocado no mercado vindo a prejudicar terceiros o fornecedor será responsabilizado.

Por outro lado, pela doutrina de Nunes (2009, p. 168), a respeito dessa responsabilidade objetiva “Se o fornecedor sabe que o produto ou serviço apresenta alto grau de nocividade ou periculosidade e ainda assim o coloca no mercado, age, então,

com dolo. Se devia saber é porque agiu com culpa (negligência imprudência ou imperícia).”

No Código Civil em seus art. 186 a 188, o conceito de dano é encontrado da seguinte forma:

Art. 186. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

Art. 188. Não constituem atos ilícitos:

I - os praticados em legítima defesa ou no exercício regular de um direito reconhecido;

II - a deterioração ou destruição da coisa alheia, ou a lesão a pessoa, a fim de remover perigo iminente.

Dessa forma, pela leitura dos artigos acima os danos causados a terceiros devem ocorrer de forma voluntária, consciente ou por negligência, imperícia do agente.

Atualmente, a doutrina moderna, devido a todas inovações sociais e aparições de novos bens tuteláveis na esfera jurídica, como dano moral e o dano estético, define como dano a perda de um bem jurídico, independentemente de sua natureza, seja patrimonial ou da personalidade, como a honra, a liberdade ou a imagem.

8.2 Indenização dos danos sofridos pelo consumidor

A base da responsabilização do dano no Brasil está descrita no art. 927 do Código Civil:

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Parágrafo único. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

Fora o artigo acima citado, na Constituição Federal de 1989, nos incisos V e X em seu art. 5º, estão da mesma forma assegurados a indenização por danos morais sofridas:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

Com a entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, as relações de consumo tiveram suas garantias ampliadas com maior ressarcibilidade da parte ofendida.

Para a aferição do dano moral, é necessário a observância de certos fatos, tais como:

i) ação ou omissão do agente;

ii) ocorrência de dano;

iii) culpa;

iv) nexo de causalidade, independentemente da responsabilidade ser subjetiva ou objetiva.

A doutrina de Diniz (1998, p. 81-82), completa o assunto:

O dano moral, no sentido jurídico não é a dor, a angústia, ou qualquer outro sentimento negativo experimentado por uma pessoa, mas sim uma lesão que legitima a vítima e os interessados reclamarem uma indenização pecuniária, no sentido de atenuar, em parte, as conseqüências da lesão jurídica por eles sofrido.

É extremamente difícil definir um parâmetro a ser seguido em relação ao dano moral, pois não há o que se falar em valores para ressarcir um dano interno, no espírito do agente, porém é de responsabilidade do julgador obedecer parâmetros e critérios técnicos de acordo com cada caso usando os princípios do direito, tais como a razoabilidade, a equidade e acima de tudo, o bom senso.

8.3 Indenizações Por Dano Moral e Material Conforme Decisões dos Tribunais

Há muitas discussões a respeito do dano, devendo assim se verificar a presença dos requisitos necessários para a responsabilização civil, para isso os tribunais de modo a promover uma pacificação social tutelam a parte mais fraca da relação de consumo, ou seja, a parte mais vulnerável, como observado na ementa a seguir com um dos problemas mais comuns do consumidor moderno, a telefonia móvel:

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS. TELEFONIA. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. TÍPICA RELAÇÃO DE CONSUMO. INCIDÊNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. ALEGAÇÃO DO AUTOR DE COBRANÇAS INDEVIDAS ORIUNDAS DE SERVIÇOS NÃO CONTRATADOS E MULTA POR DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL. A EMPRESA DE TELEFONIA NÃO PRODUZIU PROVA SUFICIENTE A DEMONSTRAR A LEGITIMIDADE DAS COBRANÇAS. DEVOLUÇÃO DOS VALORES PAGOS PELO AUTOR. INTELIGÊNCIA. DANO MORAL CONFIGURADO. PROTOCOLOS DE ATENDIMENTO COMPROVANDO AS INÚMERAS RECLAMAÇÕES DO AUTOR. DESÍDIA DA RÉ. COMPORTAMENTO QUE ULTRAPASSA OS LIMITES DO TOLERÁVEL. INDENIZAÇÃO DEVIDA E BEM DOSADA MONOCRATICAMENTE. RESSARCIMENTO DE HONORÁRIOS CONTRATUAIS. DESCABIMENTO. SENTENÇA REFORMADA EM PARTE. Apelação parcialmente provida.

(TJ-SP 10236379520168260003 SP 1023637-95.2016.8.26.0003, Relator: Cristina Zucchi, Data de Julgamento: 15/03/2018, 34ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 15/03/2018)

Para que seja caracterizado o dano moral a vítima do ilícito deve se encontrar em uma situação de real dor e sofrimento, desse modo podendo atingir seu psicológico provocando abalos que excedem a normalidade.

CÍVEL. RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. TELEFONIA. RELAÇÃO DE CONSUMO. COBRANÇAS A MAIOR POR SERVIÇO NÃO SOLICITADO. CONTRATAÇÃO NÃO COMPROVADA. DEVER DE RESTITUIR O INDÉBITO EM DOBRO. AUSÊNCIA DE RECLAMAÇÕES AO CALL CENTER. DANO MORAL NÃO DEMONSTRADO. ADEQUAÇÃO AO ENTENDIMENTO DO C. STJ. E TJ/PR. SENTENÇA REFORMADA EM PARTE. RECURSO CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO. 1. Colhe-se dos autos que a parte autora restou cobrada por serviço não solicitado, posto que, nos termos do artigo 333, II, CPC e diante da inversão o ônus da prova conferida pela relação consumerista (art. 6º, VIII, CDC), a empresa ré não se desincumbiu de demonstrar a correspondente contratação. Destarte, configurada está a cobrança indevida. 2. Observado isto, é devida a restituição em dobro dos valores pagos, nos termos do art. 42 CDC, porquanto a cobrança ilegal realizada pela parte reclamada configura, decidem os Juízes Integrandos da 3ª Turma Recursal dos

Juizados Especiais do Estado do Paraná, por unanimidade, conhecer do recurso e, no mérito, dar-lhe parcial provimento, nos exatos termos do voto (TJPR - 3ª Turma Recursal em Regime de Exceção - 000410331.2015.8.16.0090/0 - Ibiporã - Rel.: Renata Ribeiro Bau - - J. 20.05.2016)

Neste segundo caso, além do dano moral o dano material se fez presente, pela presença da cobrança de serviços não contratados, gerando a perda material do autor.

Dessa forma, é possível constatar a proteção efetiva para com o consumidor, devendo haver a produção de provas para a devida apreciação dos fatos, havendo a inversão do ônus da prova quando estas forem de difícil obtenção por parte do consumidor, de qualquer forma, o instituto necessita realizar uma apreciação minuciosa de cada caso concreto para o correto processo legal.

9 CONCLUSÃO

O presente trabalho trouxe paradigmas sobre como a sociedade atual se organiza perante o consumismo ocasionado pelo modelo econômico capitalista, sendo evidente as consequências ao meio ambiente que se tornará insustentável a longo prazo.

Os recursos naturais são limitados e a instabilidade ambiental é um problema complexo e global, sendo a busca pela qualidade de vida saudável um ato emergencial e preciso.

O modelo econômico atual que visa apenas o lucro, pouco se importado com as consequências está fadado a frustração, sendo necessária a conscientização da sociedade e das empresas para que aliados possam aplicar um modelo cujo desenvolvimento econômico seja ecologicamente sustentável, de modo a evitar práticas comuns como a “obsolescência programada” e pondo em prática por exemplo o “cradle to cradle” que ao contrário do primeiro, tem como objetivo a reutilização de materiais, produtos e serviços fazendo com que a cadeia produtiva seja otimizada e não gere tantos desperdícios prejudiciais a vida humana e ao meio ambiente.

Diante desse contexto, a responsabilização do fornecedor pelos vícios presentes nos produtos e serviços possui a clara intenção de prevenção aos males sofridos pelo consumidor e por consequência desestimular a prática dessas violações, sendo a indenização não uma forma de ressarcimento pelos sentimentos, mas sim uma compensação por todos os abalos sofridos.

Dessa forma, como visto acima, neste trabalho primeiramente foi abordado sobre o consumo e o consumismo na modernidade líquida, trazendo as características da sociedade de consumo e trazendo paradigmas para que o desenvolvimento econômico ocorra visando a sustentabilidade através do consumismo sustentável.

Em seguida, foi abordado sobre o princípio da informação presente no Código de Defesa do Consumidor, demonstrando como o consumidor acaba sendo a parte mais frágil da relação de consumo, já que fornecedor de bens, consumo e serviços possuem todos os fatores a seu favor, dessa forma o Código Civil, a Constituição Federal Brasileira, assim como o Código de Defesa do Consumidor trazem em sua legislação

formas que possam garantir ao consumidor melhores condições nesta relação de consumo, informando sobre suas garantias, como também seus deveres.

Neste esteio, a Obsolescência Programada, modelo econômico largamente utilizado na atualidade, é conceituada, tendo suas características abordadas e trazendo como forma de solução, uma abordagem sobre o sistema econômico conhecido como “Cradle to Cradle” que possui uma abordagem voltada ao desenvolvimento econômico aliado a responsabilidade socioambiental.

Por fim, um apanhado geral sobre as relações de consumo, com início na Idade Média com o advento das trocas sofrendo evoluções no decorrer das décadas permanecendo até os dias atuais, o tratamento que o Código de Defesa do Consumidor traz para os danos sofridos por essas relações, seja material ou moral, as indenizações cabíveis e o parecer de tribunais sobre o assunto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R. **A economia circular chega ao Brasil**. Valor econômico, São Paulo, 17 nov. 2015. p.A. Disponível em <<http://ricardoabramovay.com/a-economia-circular-chega-ao-brasil>> Acesso em: 27 ago. 2018.

ALIER, Joan Martínez;JUSMET, Jordi Roca. **Economia ecológica y política ambiental**. 2 ed. México: Fundo de Cultura Econômica, 2003, p.277.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAGATINI, Idemir Luiz. **O consumidor brasileiro e o acesso a cidadania**. Ijuí. UNIJUÍ, 2001.

BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento e meio ambiente**: as estratégias de mudanças da agenda 21. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2000. 156 p

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. 53. ed., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2016. 468 p.

BRASIL. **Lei no 10406, de 10 de janeiro de 2002**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm> Acesso em: 01 set. 2018.

BRASIL. **Lei nº 8078, de 11 de setembro de 1990**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm> Acesso em: 01 set. 2018.

BRASILEIRO, Maria Helena Martins. A organização social e produtiva como estratégia e fortalecimento do capital social em destinos turísticos. *In* **Cadernos de análise regional. Programa de pós-graduação em desenvolvimento regional e urbano da Universidade de Salvador**. Ano 9, v.5, nº1. Salvador: Universidade Salvador – UNIFACS, 2006.

BRAUNGART, M., MCDONOUGH, W., BOLLINGER, A. **Cradle-to-cradle design: creating healthy emissions – a strategy for eco-effective product and system design**. Journal of Cleaner Production, vol. 15, 1337–1348, 2007.

CALAZANS, Paula pinto. **Visão maximalista do cdc x visão finalista do consumidor face à incidência da lei**. Disponível em <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/24783-24785-1-PB.pdf>> Acesso em: 29 ago. 2018.

CARVALHO, Luis Gustavo Grandinetti Castanho de. **A informação como bem de consumo**. Revista Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor. Vol. 41, jan.-mar./2002, p. 253 – 263

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 10ª edição, rev. E ampl.. São Paulo: Atlas, 2012

FERNANDES, Marcionila. **Desenvolvimento Sustentável: Antinomias de um conceito**. Belém: AUA, 2003.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 5ª ed. São Paulo. Atlas. 2001.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor: volume 1: comentado pelos autores do anteprojeto**. 10. ed., rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011. 426 p

JACQUES, J. **Estudo de iniciativas em desenvolvimento sustentável de produtos em empresas calçadistas a partir do conceito berço a berço**. 2011. 305f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) –Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

LIMA, Gustavo da Costa. **“O discurso da sustentabilidade e suas implicações para a educação”**. In: Ambiente e sociedade. São Paulo: Unicamp, v.6, n.2, jul./dez.2003.

LOPEZ, Teresa Ancona. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012, p. 45.

MANUCCI, Daniel Diniz. **Como identificar uma relação de consumo**. Jus Navigandi, Teresina, 2000. Disponível em <<https://jus.com.br/artigos/688/como-identificar-uma-relacao-de-consumo>> Acesso em: 01 set. 2018.

MARINS, James. **Responsabilidade da Empresa pelo Fato do Produto: os acidentes de consumo do Código de Proteção ao Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 1993.

MARQUES, Claudia Lima, *et al.* **Manual de direito do Consumidor**. Ed. Revista dos Tribunais, 2008.

MCDONOUGH, W., BRAUNGART, M. **Cradle to cradle: remaking the way we make things**. North Point Press, New York, 2002.

NUNES, RIZZATO. **Comentários ao código de defesa do Consumidor**. 4 ed. Ed Saraiva, 2009.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SCHUMACHER, Ernst Friedrich. **O negócio é ser pequeno**. São Paulo: Círculo do Livro, 1973, p .21-22.

SILVA, Christian Luiz da. Proposta de um modelo de monitoramento e avaliação do desenvolvimento sustentável. In: SILVA, Christian Luiz da (Org.). **Desenvolvimento sustentável: um modelo analítico integrado e adaptativo**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

_____; SALANEK FILHO, Pedro. **Capital social e cooperativismo no processo de desenvolvimento sustentável: Estudo da cooperativa Bom Jesus da Lapa**. In: OLIVEIRA, Gilson Batista; SOUZA-LIMA, José Edmilson (orgs). **O desenvolvimento sustentável em foco: uma contribuição multidisciplinar**. Curitiba: São Paulo: Annablume, 2006.

STANZIOLA, Ricardo. **Rio + 20 - Conferência Das Nações Unidas Sobre Meio Ambiente E Desenvolvimento: Contexto, Principais Temas E Expectativas Em Relação Ao Novo “Direito Da Sustentabilidade**. Disponível em <<http://www6.univali.br/seer/index.php/nej/article/view/3638>> Acesso em: 20 mar. 2018.

SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Recurso Especial nº 984106/SC**. Sperandio Máquinas e Equipamentos LTDA e Francisco Schlager. Relator: Ministro Luis Felipe Salomão. Quarta Turma. 04 de outubro de 2012. Disponível em <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/inteiroteor/?num_registro=200702079153&dt_publicacao=20/11/2012> Acesso em: 01 set. 2018.

WRI, 2012. **Avaliação empresarial dos serviços dos ecossistemas: diretrizes para identificação de riscos e oportunidades decorrentes da alteração dos ecossistemas**. World Resources Institute, World Business Council for Sustainable Development, Meridian Institute. Disponível em <http://www.wri.org/sites/default/files/corporate_ecosystem_services_review_pt.pdf> Acesso em: 02 set. 2018.