

III CONGRESSO DE DIREITO DO VETOR NORTE

**DIREITO TRIBUTÁRIO, DIREITO ECONÔMICO E
DO CONSUMIDOR**

A532

Anais do III Congresso de Direito do Vetor Norte [Recurso eletrônico on-line] organização Faculdade de Minas – Belo Horizonte;

Coordenadores: Fabrício Veiga da Costa, Rayssa Rodrigues Meneghetti e Raphael Moreira Maia – Belo Horizonte: FAMINAS, 2019.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-000-8

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Tensões contemporâneas e consolidação da Democracia Brasileira.

1. Estado Democrático de Direito. 2. Direitos Fundamentais. 3. Direitos Humanos. I. III Congresso de Direito do Vetor Norte (1:2010 : Belo Horizonte, MG).

CDU: 34



III CONGRESSO DE DIREITO DO VETOR NORTE

DIREITO TRIBUTÁRIO, DIREITO ECONÔMICO E DO CONSUMIDOR

Apresentação

O GT de DIREITO TRIBUTÁRIO, ECONÔMICO E DO CONSUMIDOR, realizado no II Congresso do Vetor Norte – FAMINAS-BH, especificamente no dia 22 de outubro de 2019, trouxe relevantes e profícuos debates de temáticas que envolvem interesse direto da sociedade civil brasileira.

Inicialmente foram discutidos temas envolvendo relações de consumo, direitos dos consumidores perante fornecedores; possibilidade de inversão do ônus da prova; direito a indenização decorrente de condutas ilícitas praticadas pelos fornecedores; propaganda abusiva e enganosa, além de temas que envolvem tanto do direito individual quanto o direito coletivo do consumidor.

No âmbito do direito tributário, foram problematizadas questões atinentes ao ISSQN, ICMS, competência tributária, princípios que regem o direito tributário e, especialmente, o papel do Estado em vincular receitas para a implementação de políticas públicas essenciais à dignidade da coletividade, como é o caso da saúde e da educação.

Ao final, nos estudos propostos no contexto do direito econômico, foi debatido o papel do Estado na intervenção do domínio econômico, com o condão de atuar na erradicação de pobreza, combate à desigualdade regional, repressão à formação de carteis e estímulo da livre concorrência.

Hudson de Oliveira Cambraia

Nina Gabriela Borges Costa

João Salvador dos Reis Neto

DIESELGATE E O CAPITALISMO NO SÉCULO XXI: UMA ANÁLISE DO CASO VOLKSWAGEN E A MÁ-FÉ NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

DIESELGATE AND CAPITALISM IN THE 21ST CENTURY: AN ANALYSIS OF THE VOLKSWAGEN CASE AND BAD FAITH IN CONSUMER RELATIONS

Felipe Augusto Silva Custódio ¹
Marcelle Mariá Silva de Oliveira ²

Resumo

O presente estudo analisa o caso concreto do Dieselgate da Volkswagen sob o enfoque do Direito consumerista e as consequências quanto a inobservância dos preceitos consumeristas entre fornecedores e consumidores, bem como os prejuízos que o capitalismo exacerbado causa a sociedade atualmente, construindo uma ideia de “comum” neste caso. A sociedade atual é pautada pelo consumo, em que diariamente as pessoas adquirem produtos ou serviços, no intuito de sanar as suas necessidades. Entretanto, aqueles que são responsáveis pelos maiores percentuais de riquezas do mundo, muitas vezes não respeitam os consumidores, agindo em patente descompasso com o princípio da boa-fé objetiva.

Palavras-chave: Dieselgate, Volkswagen, Comum, Direito do consumidor, Princípio da boa-fé objetiva, Relações consumeristas

Abstract/Resumen/Résumé

The present study analyzes the concrete case of Volkswagen's Dieselgate under the focus of consumer law and the consequences of non-compliance with consumerist precepts between suppliers and consumers, as well as the damage that exacerbated capitalism causes to society today, building an idea of “common ” in this case. Today's society is ruled by consumption, in which people daily purchase products or services in order to meet their needs. However, those who are responsible for the highest percentages of wealth in the world often do not respect consumers, acting in patent disagreement with the principle of objective good faith.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Dieselgate, Volkswagen, Common, Consumer law, Principle of objective good faith, Consumer relations

¹ Graduado em Direito pelo Centro Universitário de Sete Lagoas. Especialista em Direito Tributário pela PUC e em Direito do Trabalho pela Una. Mestrando em Direito Empresarial pela Faculdade Milton Campos.

² Graduada em Direito pela PUC Minas. Especialista em Advocacia Cível pela ESA/Minas Gerais e em Docência do Ensino Superior pela Faculdade Arnaldo. Mestranda em Direito pela Faculdade Milton Campos.

INTRODUÇÃO

O consumo é intrínseco ao convívio social, assim, como resposta ao anseio resultante das especificidades deste tipo de relação, nasce o Direito do Consumidor, que possui como objetivo a proteção e defesa dos consumidores, o qual, no Brasil, tem como base normativa o comando constitucional.

Por determinação legal, as relações consumeristas devem ser pautadas em uma negociação sem vícios, na qual o consumidor cumpre o seu dever de pagar e quitar o bem ou o serviço adquirido, e o fornecedor de entregar aquilo que foi pactuado entre as partes, ou seja, o princípio da boa-fé objetiva é elemento essencial nesta relação, que possui como norte o cumprimento da obrigação sem disfunções e o dever de não lesar conscientemente.

Tendo em mente que o consumidor é a parte mais frágil da relação, o caso concreto do *Dieselgate* da Volkswagen traz uma grave e perigosa realidade quanto a conduta das grandes empresas, em que o capitalismo e o lucro excessivo deformam as relações e causam prejuízos desmedidos.

OBJETIVOS

O objetivo do presente estudo é fomentar a atual discussão no que se refere a má-fé nas relações no âmbito do Direito do Consumidor, trazendo de forma específica a relação consumerista no caso do *Dieselgate* da Volkswagen.

Ressalta-se ainda que também é um dos objetivos retratar a falta de respeito e a não utilização da boa-fé objetiva nas relações entre fornecedores e consumidores.

METODOLOGIA

A metodologia aplicada no presente estudo será a teórico-documental, com técnica dedutiva através de pesquisas bibliográficas, e tendo como fonte de dados artigos, obras doutrinárias nacionais e internacionais, utilizando como marco teórico os autores Pierre Dardot, Christian Laval e Humberto Teodoro Junior, e como fato o caso concreto do *Dieselgate* da Volkswagen, sob o enfoque do Direito do consumidor.

DESENVOLVIMENTO

O CASO DIESELGATE DA VOLKSWAGEN E O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

A terminologia *Dieseldgate* foi dada pelos veículos de comunicações ao escândalo automobilístico descoberto e levado à público referente às adulterações dos laudos e testes de emissões de poluentes nocivos ao meio ambiente em veículos de diversas marcas ocorrido em 2015, sendo certo que o presente estudo tem como foco o caso específico da montadora Volkswagen.

Tendo em vista que a referida fabricante é uma montadora de veículos de vários portes, sendo proprietária de notáveis marcas de veículos como a Porsche e a Audi, a mesma se enquadra no conceito de fornecedor de produtos ou serviços.

No caso em comento, a fornecedora instalou um software em todos os veículos que possuíam o motor a diesel, para que no ato da inspeção pelo órgão competente, o lote fosse aprovado quanto ao requisito de baixa emissão de poluentes ao meio ambiente, entretanto, a realidade era que os veículos emitiam cerca de 19 a 65 vezes mais poluentes que o permitido pela legislação.

Nesse rumo, é possível perceber que a fabricante Volkswagen violou prerrogativas básicas do consumidor, que, em sua maioria, se traduzem em obrigações do fornecedor, tais como: o direito à vida, saúde, segurança, bem como infringiu a proibição de perpetração de propaganda enganosa.

Portanto, a prática prejudicou não somente o meio ambiente, visto que houve a fabricação e comercialização de milhares de veículos que poluíam mais que o permitido pelas legislações dos países a que eram destinados, mas também os consumidores, já que como dito, o objetivo final da montadora é de comercializar veículos, seja para as pessoas físicas, como para as pessoas jurídicas.

É possível observar que o prejuízo ao consumidor, então, ocorreu de forma direta e indireta. Diretamente porque eles estavam adquirindo um produto que não correspondia ao que foi prometido. Indiretamente, mas não menos grave, porque a degradação do meio ambiente atinge em proporções enormes a qualidade de vida de toda a população.

Assim sendo, percebe-se que a prática da Volkswagen feriu diversos preceitos jurídicos, seja no âmbito ambiental, penal, civil e, especialmente, consumerista, pois, sendo importante

ter sempre em mente que consumidor é a parte mais frágil na relação de consumo, tanto que ensejou, no Brasil, a criação de uma legislação totalmente protecionista.

No que tange especificamente ao princípio da boa-fé nos negócios entre as partes, os autores Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves (2013, p. 38), discorrem que “a boa-fé objetiva traz a ideia de equilíbrio negocial, que, na ótica do Direito do Consumidor, deve ser mantido em todos os momentos pelos quais passa o negócio jurídico”.

Da mesma maneira o doutrinador Ricardo Resende (2014, p. 21) disserta:

Segundo este princípio, tanto o empregado, quanto o empregador devem agir, em sua relação, pautados pela lealdade e boa-fé. Em que pese ter sido encartado por Plá Rodríguez como princípio especial trabalhista, a maioria da doutrina brasileira se posiciona no sentido de que este é um princípio geral do direito, aplicável a todos os ramos da ciência jurídica. Este entendimento restou cristalizado pelo artigo 422 do Código Civil de 2002, o qual dispõe que os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

A partir do momento em que as relações contratuais consumeristas estão norteadas sob o princípio da boa-fé objetiva, nenhuma das partes deve possuir como objetivo lesar a outra, mas sim entregar aquilo que foi pactuado entre elas.

Nesse esteio e de forma taxativa o caso o *Dieseldgate* da Volkswagen é claro exemplo de inobservância de todos os pressupostos de uma boa relação contratual, visto que a fabricante sabia dos problemas que os veículos apresentavam e mesmo assim efetuou a sua comercialização, utilizando-se de artimanha para tanto.

Portanto, o princípio da boa-fé objetiva deve permear todas as relações de consumo, já que deve haver reciprocidade entre as partes da relação contratual.

O “COMUM” E AS DIVERGÊNCIAS NAS RELAÇÕES ENTRE FORNECEDORES E CONSUMIDORES

Utilizando-se a expressão “comum”, os autores Pierre Dardot e Christian Laval na obra “Comum: ensaios sobre a revolução no século XXI”, é possível compreender a influência que o capitalista opressor possui em relação àqueles que detém um menor poder negocial nas relações consumeristas – os consumidores, bem como a determinância do poder político para concentrar na seara privada bens que são comuns a todos, como por exemplo o meio ambiente, e a água.

Nota-se que com o passar dos anos cada vez mais o poder político influencia a dinâmica social, onde a vontade privada se sobrepõe em relação à pública, e como exemplo no

âmbito do direito brasileiro podemos citar a reforma trabalhista que extinguiu diversos direitos dos trabalhadores, como as horas *in itinere*, o fracionamento das férias e diversos outros direitos que foram abolidos simplesmente pela vontade política e privada se sobrepôr aos direitos da maioria.

Dessa forma, o termo “comum” utilizado pelos autores faz um contraponto e uma crítica a esta constatação de que a minoria da sociedade que detém a maior percentual da riqueza do mundo dita as normas, bem como usa da vontade privada para o benefício próprio.

Nesse sentido os autores Pierre Dardot e Christian Laval dissertam:

Lembramos que por “comuns” se entende primeiramente o conjunto de regras que permitia aos camponeses de uma mesma comunidade o uso coletivo de caminhos, florestas e pastos, segundo o costume. O termo recebeu conteúdo mais amplo, compreendendo tudo o que pudesse se tornar alvo de privatizações, processos de mercantilização, pilhagens e destruições realizados em nome ou a pretexto do neoliberalismo. Hoje o termo tem valor crítico, tornou-se o significante oponível à grande apropriação das riquezas que caracterizou as últimas décadas, a fórmula que, por sua lógica reversa, designa a grande pilhagem praticada pela pequena oligarquia do “1%” denunciada pelos ocupantes do Zucotti Park, em Nova York. (DARDOT; LAVAL, 2017, p. 102).

Portanto, é possível perceber que o movimento do comum surge da convergência de preocupações, aspirações e novas possibilidades de agir coletivamente contra tudo aquilo que venha a destruir as condições de existência atuais, sejam elas climáticas, destruições de ativos e serviços públicos, dentre outros. Assim, se faz importante também destacar que o modo de produção atual foi alterado baseando-se na vontade privada daqueles que detém o capital, como se pode verificar no caso *Dieseldgate* da Volkswagen, onde a força privada se impôs à vontade pública e aos direitos legitimados na lei consumerista.

Sendo o movimento do “comum” uma preocupação com as condições existenciais das práticas atuais, no caso *Dieseldgate* da Volkswagen, constata-se lesão a direitos de terceiros, motivadas pelo anseio de diminuição das despesas que seriam derivadas da correta adequação dos veículos para a sua comercialização.

Dessa forma, pode-se dizer que o movimento do “comum” se preocupa com as posições daqueles que possuem a grande parcela do capital mundial no sentido de que os direitos daqueles que são mais frágeis nas relações políticas e negociais não sejam infringidos.

CONCLUSÃO

A relação de consumo é uma das práticas mais antigas da humanidade, que tomou inegável proporção no período das grandes navegações, na qual o escambo beneficiava tanto o consumidor quanto o fornecedor, sendo certo que no decorrer dos séculos essas práticas consumeristas foram se aperfeiçoando até chegar nos moldes atuais.

O Código de Defesa do Consumidor brasileiro é categórico ao versar que as relações entre consumidores e fornecedores devem ser pautadas na verdade, de forma que um dos seus princípios mais importantes é o da boa-fé objetiva, que estabelece que nenhuma das partes deve conscientemente lesar a outra.

É evidente, ainda, que o Código de Defesa do Consumidor reconhece a vulnerabilidade do consumidor frente ao fornecedor, razão pela qual, além da obrigação imposta de agir sempre com boa-fé, os fornecedores devem estar atentos também à gama de direitos nele previstos que tem como objetivo a proteção do consumidor.

No caso analisado neste artigo, a fabricante Volkswagen deixou de observar as bases de uma correta relação consumerista, já que optou por comercializar veículos em desacordo com normas de proteção ao meio ambiente, mesmo conhecendo o grande potencial lesivo que a prática traria ao consumidor, agindo, assim, em patente má-fé e desrespeitando diversos direitos básicos do consumidor.

Mas não é só isso, a prática foi perpetrada por meio de fraude no processo de obtenção da autorização para comercialização dos veículos, o que demonstra a desmedida busca por lucro a todo custo.

Dessa maneira, é totalmente pertinente o caso concreto com a utilização do movimento do comum destacado pelos autores Pierre Dardot e Christian Laval, pois com a revolução do capitalismo no século XXI, e com a concentração da riqueza na mãos de uma minoria, tudo pode ser privatizado, ou seja, o meio ambiente, a água, os serviços públicos podem ser tornar privados e perderem a sua essência inicial, visto que o capitalismo objetiva lucros sem medir esforços, trazendo assim prejuízos para a maior e frágil parcela da sociedade, os consumidores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, 12 de setembro de 1990.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Vade Mecum. 22 ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

CARVALHO, Kildare Gonçalves. **Direito Constitucional Positivo**. 20 ed. rev. atual. Belo Horizonte: Del Rey, 2013.

CARVALHO, Kildare Gonçalves. **Teoria do Estado e da Constituição**. 21 ed. rev. atual. Belo Horizonte: Del Rey, 2013.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **Comum, ensaio sobre a revolução no século XXI**. 1. Ed. São Paulo: Boitempo, 2017.

GRINOVER, Ada Pellegrini. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 10 ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2011, vol I.

JÚNIOR, Humberto Theodoro. **Responsabilidade civil contemporânea: em homenagem a Sílvio de Salvo Venosa**. 1º ed. São Paulo: Atlas, 2011.

JUNIOR, Humberto Teodoro. **Direitos do Consumidor**. 9ª ed. ref., rev. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

OLIVEIRA, Celso Marcelo de. **Teoria geral da responsabilidade civil e de consumo**. 1º ed. São Paulo: IOB Thomson, 2005.

MARTINS, Plínio Lacerda. **Anotações ao Código de Defesa do Consumidor: Conceitos e noções básicas**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 4ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

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

RIZZARDO, Arnaldo. **Responsabilidade civil**. 7º ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2015.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico**. 30 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor**. 2º ed. Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: Método, 2013.

TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: direito material e processual**. 7ª ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

____. **Revista Auto Esporte**. Entenda o caso Dieselgate. Disponível em:<
<https://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2017/03/entenda-o-caso-dieselgate.html>
> Acesso em: 26 Jan. 2019.

____. **Auto papo**. Dieselgate: Entenda a fraude global das emissões. Disponível em:<
<https://autopapo.com.br/noticia/dieselgate-tudo-precisa-saber-fraude-volkswagen/>> Acesso
em: 26 Jan. 2019.