

# POSSÍVEIS IMPACTOS JURÍDICOS CONSUMERISTAS E AMBIENTAIS DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

*Luís Eduardo Cesnik Cardoso<sup>1</sup>, Andryelle Vanessa Camilo Pomin<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Acadêmico do Curso de Direito, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar – UNICESUMAR. educesnik01@gmail.com

<sup>2</sup> Orientadora. Mestre. Pesquisadora do CNPq. Professora do Curso de Direito, Universidade Cesumar – UNICESUMAR.  
andryellecamilo@gmail.com

## RESUMO

O presente projeto tem por objetivo investigar e apontar as práticas comerciais e industriais conhecidas como obsolescência programada, buscando uma reflexão quanto a temas relacionados ao consumismo, o desenvolvimento sustentável e o meio ambiente. Ter-se-á ainda a análise dos seus efeitos na esfera jurídica e consequentemente na sociedade civil. Sua principal finalidade se constitui na defesa dos direitos do Consumidor e também no Direito Ambiental, como forma de garantir e assegurar que os consumidores tenham seus direitos resguardados, de modo a consumir conscientemente e sustentavelmente. A obsolescência programada é uma prática adotada por indústrias e também por grandes marcas, as quais propositalmente reduzem a vida útil de seus produtos para que o consumidor sinta a necessidade de comprar um novo produto para substituir o antigo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumo; Meio ambiente; Desenvolvimento sustentável.

## 1 INTRODUÇÃO

No decorrer da presente pesquisa nota-se que a atual perspectiva do Direito engloba valores e princípios mais abrangentes, alcançando os novos Direitos, grupos vulneráveis e os Direitos Fundamentais. Por isso, esta pesquisa busca investigar a obsolescência programada e seus efeitos na sociedade civil e, consequentemente, seus efeitos na esfera jurídica, trazendo também seu contexto histórico e seus aspectos gerais. A pesquisa tenta mostrar as possíveis práticas abusivas contra o consumidor, bem como o consumismo exagerado e seus efeitos negativos no meio ambiente. Busca também demonstrar os princípios de proteção ao consumidor desde o Código de Defesa do Consumidor, da Constituição Federal de 1988 e até mesmo das Leis Consumeristas internacionais. O Código de Defesa do Consumidor se mostra um instrumento eficaz na proteção do consumidor, mas quando tratamos da obsolescência programada devemos ir além e invocar também os direitos ambientais, visto que o meio ambiente sofre com as práticas de consumo abusivo, por isso a pesquisa apresenta os principais e mais recorrentes danos ao meio ambiente, assim como tenta desestimular a cultura do consumismo. Com o presente trabalho busca-se verificar a incidência das práticas da obsolescência programada no Brasil, bem como a existência de formas de combate adotadas pelas Legislações Pátrias para proteger o consumidor e o meio ambiente. Outrossim, será demonstrada a hipossuficiência do consumidor diante dessa prática de redução proposital da durabilidade dos produtos e seus efeitos no incentivo ao consumo exacerbado e descarte de lixo.

## 2 DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO DIREITO BRASILEIRO

Com o advento da Constituição Federal de 1988, intitulada como Constituição cidadã, cujo título é devido aos diversos direitos que assegurava e por ter sido constituída em um momento pós ditadura militar, tem-se uma era de suma importância para os direitos básicos, universais e humanos, de forma que estes fossem garantidos e possuíssem segurança de sua aplicabilidade, portanto, foram definidas como cláusulas pétreas.

Juntamente com esse ideal de princípios e direitos sobre a qual foi constituída, consolidou-se o direito fundamental da proteção ao consumidor e o princípio da ordem

econômica. Ao Estado coube o poder/dever de transformá-los em Lei, desta forma, em 11 de setembro de 1990, foi instituída no ordenamento pátrio a Lei n. 8.078/1990, também conhecido como Código de Defesa do Consumidor. Este surgiu reconhecendo a vulnerabilidade do consumidor e estabelecendo a boa-fé objetiva como um princípio fundamental nas relações consumeristas, cumprindo fielmente o seu dever e também o que foi definido pelo legislador constituinte.

Entretanto, mesmo antes de ser assegurado pela Constituição Federal, o direito do consumidor já era previsto na legislação pátria, pois, com a edição da Lei nº 7.347/85, conhecida como Lei da Ação Civil Pública, alguns princípios dos direitos consumeristas eram resguardados juntamente com a proteção dos interesses difusos da sociedade.

As experiências consumeristas e a necessidade de proteção levaram a ONU a implantar, em 1985, na sua 106ª Sessão Plenária, através da Resolução nº 39/248, o princípio da vulnerabilidade do consumidor, reconhecendo-o como a parte mais fraca na relação de consumo. Desta forma fez jus a uma tutela jurídica específica e, como exemplo, tem-se o modelo que foi seguido pela legislação consumerista brasileira no Código de Defesa do Consumidor.

A partir desse momento, foram criadas uma série de normas internacionais de proteção do consumidor, com o objetivo de universalizar esse direito. As regras implantadas pela ONU objetivavam oferecer diretrizes para os países, especialmente para aqueles em desenvolvimento, para que as utilizassem na elaboração ou no aperfeiçoamento de suas normas e legislações de proteção e defesa do consumidor, bem como incentivar a cooperação internacional nesse sentido.

É importante destacar que o consumo, no Brasil, se intensificou após o início da industrialização, em meados da década de 1930, sendo que, já nessa época, o Estado possuía características fortemente intervencionistas na ordem econômica (SAYEG, 2004).

Toda a sistemática do Código de Defesa do Consumidor tem como objetivo a igualdade entre as partes. O objetivo principal não busca desequilibrar a balança em favor do consumidor, como muitos pensam, mas harmonizar a relação entre desiguais, deixando o consumidor que é reconhecidamente mais vulnerável no mesmo patamar de igualdade do fornecedor. Com a igualdade entre as partes na relação de consumo é possível dirimir os conflitos e alcançar a justiça.

A dignidade da pessoa humana prevista na Constituição Federal já seria suficiente para o grande desenvolvimento social, industrial e econômico do século XX. Entretanto, o Direito precisou se adaptar de forma que protegesse os indivíduos e operasse a justiça nessa nova realidade em que havia se transformado. Neste contexto, surgiu o direito do consumidor, que tinha o objetivo de proteger os mais vulneráveis nas relações de consumo.

A evolução da economia global, especialmente entre o século XVIII ao XX, deixou os consumidores desprotegidos quando comparados com os poderosos donos dos meios de produção e os fornecedores. Assim, é fato que os consumidores são vulneráveis na relação de consumo e necessitam do amparo estatal através do Código de Defesa do Consumidor para que fiquem equiparados aos fornecedores nas relações de consumo, conforme dispõe o art. 4º e seus incisos 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:

- I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;
- II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:
  - a) por iniciativa direta;
  - b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
  - c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

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;

Assim, observa-se que a legislação compreende o consumidor como vulnerável. O Código de Defesa do Consumidor é um meio efetivo e necessário de proteção aos consumidores e possui uma ampla base principiológica. Deste modo, é fato que a obsolescência programada viola diversos princípios de proteção consumeristas como o da boa-fé, por exemplo.

O princípio da boa-fé representa um dos fundamentos do direito do consumidor, sendo previsto nos artigos 4º, III e artigo 51, IV do Código de Defesa do Consumidor. Tal princípio “exige que as partes da relação de consumo atuem com estrita boa-fé, a dizer, com sinceridade, seriedade, veracidade, legalidade e transparência, sem objetivos mal disfarçados de esperteza, lucro fácil e imposição de prejuízo ao outro”. (ALMEIDA, 2015, p.73)

A obsolescência programada também fere o princípio da eficiência e da repressão aos abusos do mercado, pois tais princípios buscam coibir práticas abusivas no mercado de consumo, conforme determina a Política Nacional das Relações de Consumo no artigo 4º, VI do CDC, (BRASIL, 1990, on-line):

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;

Além disso, o artigo 6º, V do CDC estabelece como direito básico do consumidor a “efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos”. (BRASIL, 1990, on-line).

O princípio da garantia e adequação também é violado pela obsolescência programada, uma vez que é emanado da necessidade da adequação dos produtos no tocante à qualidade e segurança. Ademais, deve atender de forma complementar os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, previstos no caput do art. 4º, consistente no atendimento dos eventuais problemas dos consumidores, especialmente no que diz respeito à sua dignidade, saúde, segurança, proteção de interesses econômicos e a melhoria da qualidade de vida. Ao inserir no mercado um produto com durabilidade e qualidade propositalmente reduzidas, os fornecedores violarão a dignidade e os interesses econômicos do consumidor.

A prática da obsolescência programada viola também o princípio que reconheceu o consumidor como o mais fraco na relação de consumo, que é o princípio da vulnerabilidade. Nas palavras de Antônio Herman de Vasconcelos e Benjamin (1991, p. 224-225): “A vulnerabilidade é um traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educadores ou ignorantes, crédulos ou espertos”.

Neste mesmo sentido, Patrícia Faga Iglesias (2012, p.46) nos alerta que:

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.

Assim, ao fazer o uso de práticas que prejudiquem o consumidor, mesmo que indiretamente, a relação já desequilibrada acaba se tornando ainda mais desigual, uma vez que atinge o consumidor e viola o princípio da vulnerabilidade.

Nos artigos mencionados é possível notar a precaução destinada às práticas abusivas em detrimento dos direitos dos consumidores, como o da concorrência desleal e do uso indevido da propriedade industrial. Tal precaução tem como objetivo a coibição efetiva e repreensiva dessas práticas, inclusive com um caráter punitivo que busca desencorajar futuros atos abusivos. Sendo assim, vale destacar a atuação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE.

### 3 ANÁLISE LEGAL DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

A prática denominada como obsolescência programada consiste na redução proposital da vida útil do produto de forma que o torna obsoleto e sem utilidade, não restando outra alternativa ao consumidor que não seja a substituição do produto por um novo.

Sua origem remonta à década de 1920 e 1930, em que se buscavam medidas de incentivar e movimentar o mercado e que ao mesmo tempo viabilizasse a produção e o consumo em série. Então, essa medida foi utilizada como estratégia para reerguer a economia que havia sido afetada pela grande depressão. O presidente da General Motors até então, Alfred P. Sloan, é um grande exemplo de como a obsolescência programada acontecia na prática: a empresa utilizava uma estratégia de marketing baseada na substituição anual de seus produtos e, além da troca de seus modelos de carros anualmente, também apelavam para os acessórios.

São inúmeros os tipos de obsolescência programada, sendo os principais deles a obsolescência perceptiva, a obsolescência tecnológica e a obsolescência programada.

A obsolescência perceptiva que é conhecida também como obsolescência psicológica ou de desejabilidade. É aquela na qual um produto é considerado obsoleto devido ao surgimento de outro, que possui uma mudança no design ou até mesmo alguma alteração em sua montagem, causando uma desvalorização prematura do produto que leva o usuário a sentir que o seu produto é ultrapassado e, conseqüentemente, menos desejado. Dessa forma, por estar relacionada unicamente com a vontade do consumidor, é conhecida como obsolescência psicológica.

Um outro tipo é a obsolescência tecnológica, também conhecida como de função. É aquela na qual mesmo desempenhando o seu papel normalmente, o produto é substituído por um novo que possua uma tecnologia mais avançada, ou que desempenhe de modo mais eficiente a sua função, levando novamente o usuário sentir que seu produto é ultrapassado e desvalorizado.

Já a obsolescência programada é aquela na qual diferentemente dos dois primeiros tipos existe um defeito, uma redução de vida útil ou um menor desempenho de forma proposital. O que ocorre é que geralmente na sua fabricação já é definido por quanto tempo o produto será eficiente e também em qual momento começará a apresentar defeitos. Um exemplo claro é um tipo específico de impressora que possui um chip, que após a impressão de um determinado número de páginas a impressora para de funcionar, obrigando de certa forma o consumidor adquirir um novo aparelho de um modelo mais moderno.

As inovações tecnológicas não devem ser confundidas com a obsolescência programada, uma vez que o desenvolvimento da ciência e da tecnologia possuem seu campo específico e autônomo quando comparados aos produtos industriais. Entretanto,

quando uma inovação tecnológica já conhecida não é utilizada propositalmente para que a mesma seja incluída em um modelo mais moderno, visando unicamente o aumento de vendas, nesse caso, deve ser considerada como uma prática abusiva e classificada como sendo obsolescência programada.

A ONU vem nos últimos anos realizando um estudo denominado de *Waste Crime*, no qual são analisados dados globais sobre o lixo tecnológico. Somente no ano de 2016 foram produzidos mais de 44 milhões de toneladas de lixo e esse número vem aumentando todos os anos.

O Código de Defesa do Consumidor foi um marco na defesa dos direitos consumeristas. Além de ser uma lei de ordem pública e de grande interesse da população, trouxe inovações de ordem processual e assegurou uma maior garantia na defesa do consumidor.

O princípio constitucional de proteção ao consumidor, previsto no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988, impõe ao Estado o dever de proteção e promoção eficiente dos direitos e interesses dos consumidores através dos direitos fundamentais. Ao trazer na Constituição Federal a defesa do consumidor, o legislador constituinte buscou demonstrar a grande importância de tal proteção.

Nesse sentido, Bruno Miragem (2008, p. 36) aduz que tal proteção traduz um dever do Estado, e a garantia dos direitos fundamentais exige do Estado o abandono da posição de adversário para uma posição de garantidor desses direitos, “o que vai determinar ao poder público não apenas uma proibição do excesso, mas também uma proibição da omissão”.

Em quase todos países democráticos existem os direitos consumeristas, alguns mais avançados e abrangentes do que outros, entretanto, recentemente surgiu o seguinte questionamento: os direitos consumeristas podem proteger os consumidores do seu consumismo?

O consumismo exacerbado e as práticas como a da obsolescência programada levaram a um aumento exponencial de lixo, especialmente o mais perigoso, que é o eletrônico. Relatórios da ONU como o *Wast Crime* buscam chamar a atenção para um crescimento industrial do lixo. Levando tal problemática em consideração, o artigo 32 do CDC, dispõe:

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Ao instituir o art. 32 do CDC, o legislador buscou assegurar que ao adquirir um produto, o mesmo deveria possuir um tempo razoável de vida útil e que durante esse período os fornecedores deveriam assegurar ao mercado peças de reposição para que práticas como a obsolescência pudessem ser reduzidas. Ao impor esse dever, o legislador busca impedir que por causa de uma peça o consumidor seja obrigado a adquirir um novo produto e também busca impedir práticas que interrompam o funcionamento normal do aparelho de forma proposital. Sendo assim, ao observar o artigo nota-se uma busca por um consumo sustentável, o qual é incentivado com a utilização de um mesmo produto até que o mesmo não possua mais conserto, evitando o consumo exagerado e a geração de lixo.

Ainda sobre o art. 32 do CDC, leciona Tartuce e Neves (2017, p.22):

[...] o art. 32 da Lei 8.078/1990 preceitua que os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto. Se cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei. Esse

tempo razoável, por óbvio, deve levar em conta a vida útil média do produto, bem como a sua difusão no mercado de consumo. [...].

O vício pode ser entendido como qualquer problema que torne o produto inadequado a sua finalidade. Assim, é possível entender como vício do produto aquele que não funciona ou que funcione de forma parcial, ou até mesmo aquele que apresente um problema que faça diminuir o seu valor. A obsolescência programada é um vício do produto, uma vez que ao reduzir de forma proposital sua vida útil ou colocar um limite programado para o seu desempenho, passa a gerar um problema ao consumidor e também ocorre a perda de valor do produto.

A responsabilidade do Fornecedor sobre o produto, prevista no art. 32 do CDC, pode ser confirmada pela seguinte decisão:

RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. CONSUMIDOR. DEMORA NA EXECUÇÃO DE CONSERTO DE AUTOMÓVEL EM CONCESSIONÁRIA AUTORIZADA. AUSÊNCIA DE PEÇAS DE REPOSIÇÃO. VEÍCULO UTILIZADO PARA TRABALHO. [...] MATÉRIA RECURSAL AFETA À RELAÇÃO DE CONSUMO EXISTENTE ENTRE O PROPRIETÁRIO DO VEÍCULO E A FABRICANTE DA PEÇA. CAUSA DE PEDIR RELACIONADA AO TEMPO EXCESSIVO PARA CONSERTO. DEVER DE ASSEGURAR PEÇAS DE REPOSIÇÃO. INTELIGÊNCIA DO ART. 32 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DANO MORAL CONFIGURADO. [...]. SENTENÇA CONFIRMADA PELOS PRÓPRIOS FUNDAMENTOS. RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO. [...] RESPONSABILIDADE DO FABRICANTE (ART. 32 DO CDC)- ATRASO INJUSTIFICADO PARA SUBSTITUIR PEÇA (02 MESES) - FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO - DEVER DE REPARAR CONFIGURADO - [...] (TJ-SC - RI: 03011352020168240082 Capital - Continente 0301135-20.2016.8.24.0082, Relator: Cláudio Eduardo Regis de Figueiredo e Silva, Data de Julgamento: 10/05/2018, Primeira Turma de Recursos - Capital)

#### 4 DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E OS DANOS AO MEIO AMBIENTE

A obsolescência programada além de causar prejuízos ao consumidor é também causa de diversos danos ao meio ambiente, como o aumento exponencial do lixo eletrônico, que gera resíduos que ainda não possuem uma destinação sustentável e segura. É classificado como lixo eletrônico qualquer material ou resíduo eletrônico descartável, como celulares, monitores, computadores, dentre outros. Além disso, o descarte incorreto ocorre em grande maioria dos casos por possuírem em sua composição substâncias químicas como o cádmio e o chumbo, os quais acabam contaminando as águas dos rios e os lençóis freáticos, além de tornar infértil o solo em que foi descartado.

Neste aspecto o art. 23, VI, da Constituição Federal dispõe que a proteção deve ser compartilhada por todos os entes federativos, portanto, conforme previsão constitucional, é competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas.

Ainda no âmbito constitucional, a questão ambiental foi também disposta nos trechos destinados à ordem econômica. Desse modo, é vontade do legislador constituinte que a ordem econômica seja pautada em consonância com a proteção do meio ambiente, conforme se observa no artigo 170, VI:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

Ou seja, o respeito à proteção ambiental é elemento intrínseco à ordem econômica, não sendo possível falar em ordem econômica sem falarmos também da proteção ambiental e da sustentabilidade.

O art. 225 da Constituição Federal estabelece que:

Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

Com o grande aumento do lixo eletrônico, práticas como o tráfico de lixo são cada vez mais comuns. Através dessas práticas, países com uma elevada taxa de consumo e descarte de produtos acabam produzindo lixo de uma maneira igualmente elevada. Uma vez que o custo com a reciclagem e o descarte correto ainda é alto, alguns países e empresas preferem enviar esse lixo para países pobres e menos desenvolvidos que, em troca de pagamento, acabam poluindo os seus já precários recursos, tornando-os ainda mais vulneráveis. Afirma Elisabeth Rosenthal (*apud* NALINI, 2010, p. 349):

A exportação ilegal de lixo a países pobres é um negócio internacional crescente. As empresas tentam minimizar os custos de novas leis ambientais, como as da Holanda, que taxam o lixo e exigem que ele seja reciclado ou dispensado de forma ambientalmente correta. Roterdã, o porto mais movimentado da Europa, tornou-se o principal duto de escoamento de detritos da Europa para destinos como a América Latina. Nesses lugares, o lixo eletrônico e o entulho de construções contendo substâncias tóxicas costumam ser desmantelados por crianças, com grande prejuízo para sua saúde.

A cultura do consumo teve sua origem antes mesmo da Revolução Industrial, entretanto, com o desenvolvimento das indústrias, do comércio exterior e da globalização, pode atingir o seu ápice. A expressão “sociedade consumo”, de acordo com Lipovetsky (2005), surgiu entre a década de 1920 e tornou-se popular entre os anos 1950 e 1960.

Sociedade de consumo significa a era do capitalismo em que o crescimento econômico e a geração de lucro estão baseadas principalmente no aumento da atividade comercial e, portanto, do consumo, como sugere o próprio nome. A cultura do consumismo também pode ser compreendida com a famosa expressão “American way of life”, cuja tradução literal seria “estilo de vida americano”. Essa foi uma estratégia de marketing difundida durante a guerra fria e fazia uma alusão ao capitalismo como o modelo ideal, sendo transmitida nas rádios, filmes e em todas as mídias para que se criasse nos estadunidenses uma identidade nacional baseada no consumo, além de passar uma imagem ao demais países de que o consumismo era sinônimo de progresso. Práticas como a do “American way of life” criaram um pensamento no qual o ter é mais importante que o ser, criando um círculo vicioso de consumo que supria as necessidades do mercado ao mesmo tempo que gerava riqueza ao Estado.

O termo “sociedade de consumo” é uma das inúmeras tentativas de compreensão das mudanças que vêm ocorrendo nas sociedades contemporâneas. Além disso, faz referência à importância que o consumo tem ganhado na formação e fortalecimento das nossas identidades e na construção das relações sociais. Assim, o consumo se tornou uma das principais fontes de identidade cultural, de participação na vida coletiva, de aceitação em um grupo e de distinção com os demais. Pode-se chamar de consumismo a expansão da cultura do “ter” e não mais da cultura do “ser”. O consumo invadiu diversas esferas da

vida social, econômica, cultural e até política. Neste processo, os serviços públicos, as relações sociais, a natureza, o tempo e o próprio corpo humano se transformam em mercadorias.

Até mesmo a política virou uma questão de mercado, uma vez que comercializa a participação cívica e mistura valores comerciais com valores cívicos. Isto seria uma “vitória” do consumo como um fim em si mesmo. O consumo passa a ser encarado, mais do que um direito ou um prazer, como um dever do cidadão. Seja como for, o consumismo, que emergiu na Europa Ocidental no século XVIII, vem se espalhando rapidamente para distintas regiões do planeta, assumindo formas diversas. O início do século XXI está sendo marcado por profundas inovações que afetam as experiências de consumo, como a globalização, o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, o comércio através da internet, a biotecnologia, o debate ambientalista etc. Ao mesmo tempo, novos tipos de protestos e reações ao consumismo emergem, exigindo uma nova postura do consumidor.

Em *Vida para Consumo*, do sociólogo Zygmunt Bauman discorre sobre a conversão das pessoas em produtos; afirmando que “na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria [...]” (2008, p. 20). À vista disso, o mercado 43 v. 6, num. 12, 2016 impõe que as pessoas passam por uma mudança constante para responderem às necessidades do mercado – tal transformação não se restringe à questão profissional, mas a novas vertentes da moda e compra de mercadorias mais modernas.

Bauman ainda complementa:

Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade. Tornar-se e continuar sendo uma mercadoria vendável é o mais poderoso motivo de preocupação do consumidor, mesmo em que geral latente e quase nunca consciente (BAUMAN, 2008, p. 76).

Assim, cada vez mais perde-se em relação ao consumo, sem notar o problema se agravando. Corroborando com tal afirmação, Slater (2002, p.14) afirma que “os objetos do consumo têm valor cultural significativo, sendo utilizados em todas as épocas para reproduzir culturalmente identidades sociais”. Para o autor, diversas questões éticas sobre a escala, a natureza e a organização social consumerista “parecem ser universalmente consideradas para a regulamentação social, moral ou religiosa do eu” (2002, p.22). Deste modo, a visão sociológica do consumo pode criar na sociedade uma série de necessidades infinitas e fúteis, que terão reflexos na vida pessoal e, conseqüentemente, na vida em sociedade.

Para Gilvan Luiz Hansen (2012), há, nesta década, um verdadeiro paradoxo:

[...] de um lado, as estatísticas e dados disponíveis e amplamente divulgados pela mídia apontam para um esgotamento gradativo e acelerado dos recursos naturais com grave ameaça à existência humana em face da destruição do meio ambiente; de outro lado, há uma sofisticação de marketing cada vez maior para incentivar o consumismo, fator que torna mais aguda a depredação ambiental, na busca de lucros empresariais crescentes. (2012, p.307).

Nos estudos sociológicos acerca da sociedade de consumo, o valor classificado como o mais importante pelos entrevistados foi o da felicidade, contudo, segundo a psicologia e a psiquiatria, o fato de consumir não é e nem causa felicidade, o que ocorre é que a sociedade de consumo possui uma falsa sensação de felicidade ao consumir e que não é durável, levando o indivíduo a estar sempre consumindo para ser “feliz”. Tudo isso gera uma insatisfação interna permanente, levando a um círculo viciosos de consumo. Nessa sociedade, na qual estamos inseridos, o consumo excessivo simboliza o sucesso,



fortalecendo cada vez mais a ideia de que “possuir e consumir certos objetos e praticar determinados estilos de vida são a condição necessária para a felicidade” (Ibidem, p. 165).

A sociedade de consumo possui uma ligação direta com o hiperconsumo, que pode ser definido como o acúmulo de atividades, o não desperdício de tempo, o afastamento da frustração do fracasso e também em almejar sempre a superação. Desta forma, o indivíduo busca preencher todo seu tempo buscando as mais diversas maneiras de ganhar dinheiro para poder gastá-lo e se sentir bem e como parte da sociedade. Tal estilo de vida consumista, baseado em aparências, status e também na falsa felicidade trazida pelo consumo foram introduzidas e são reforçadas pelas inúmeras técnicas de propaganda e estratégias de marketing que disseminam que o estilo de vida baseado no consumo é o ideal e que qualquer indivíduo que não o pratique teria fracassado na vida.

As propagandas e campanhas de marketing possuem uma grande influência sobre a sociedade que é levada a acreditar, a sentir e agir conforme os ditames das mídias, lembrando que essas mesmas mídias possuem patrocínio das grandes empresas que divulgam. Um ponto que deve ser levado em consideração é que tais campanhas de marketing que promovem a obsolescência programada, especialmente dos produtos de alta tecnologia, decidem quais produtos e seguimentos terão êxito no mercado, pois, atualmente existem campanhas publicitárias que possuem mínimos segundos nas redes mundiais de comunicação, custam milhões e geram um impacto enorme nas vendas. Na definição de Davidow (1991, p.55) “o marketing é uma guerra civilizada”. Portanto, é cada vez mais comum o “bombardeio” de propagandas em todas as mídias, pois elas estão interessadas em obter patrocinadores e estes, por sua vez, estão interessados em vender seus produtos e nenhum deles está realmente preocupado com o consumidor.

Enfim, é possível entender que o consumo passou por dois momentos distintos ao longo da História, o primeiro, no qual era considerado uma necessidade, que durou até meados do século XX, e o segundo, no qual estamos inseridos atualmente, em que o consumo é classificado como um prazer. O consumo hoje é cultural, sendo claramente notória a associação do consumo a feriados, como o natal, páscoa, entre outros.

É difícil frear a produção, especialmente quando existe demanda. Embora o direito ambiental estabeleça ferramentas para diminuir os impactos da produção, não há como produzir sem gerar impactos. Dessa forma, a legislação ambiental não busca impedir a produção, mas que a mesma ocorra de forma sustentável. Desse modo, foi estabelecido responsabilidade para todos, desde o fabricante até mesmo ao destinatário final.

A responsabilidade acerca dos bens após o consumo, ou seja, em seu descarte, está prevista no ordenamento jurídico brasileiro, de forma especial no artigo 225, §3º da Constituição Federal, a qual prevê que os danos causados ao meio ambiente podem ter penalidades que atinjam as esferas penais, administrativas e civis, de forma cumulativa ou não.

A cobrança aos danos causados ao meio ambiente compreende não somente a reconstituição dos bens patrimoniais que foram lesados, mas também a manutenção e a preservação dos recursos ambientais existentes, na forma prescrita em lei.

Seguindo essa linha de pensamento, é previsto no parágrafo único do art. 927:

Art. 927. Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.

Vale ressaltar que a responsabilidade sobre o descarte correto é em um primeiro momento do consumidor e, posteriormente, do Poder Público. O consumidor tem o dever de fazer o correto descarte e a separação de seus resíduos, já o Poder Público deve fazer a coleta, o tratamento e a destinação final de tais resíduos.

Práticas abusivas e prejudiciais como a obsolescência programada devem ser coibidas e combatidas. Por isso, processos como da logística reversa são essenciais para o consumo sustentável e a preservação do meio ambiente.

O consenso entre os especialistas em tecnologia e em mercado consumidor é o estabelecimento de campanhas que visem a contenção do consumo desenfreado, bem como a adoção de medidas que visem o combate à obsolescência programada por parte dos próprios fabricantes. Uma vez que a prática da obsolescência programada desencadeia uma série de danos ao meio ambiente, quanto maior for o consumo, maior será a geração de lixo, que por sua vez será descartado, agredindo, assim, o meio ambiente.

A prática denominada como logística reversa consiste no retorno de matérias já utilizados para que possam ser reaproveitados, levando à sustentabilidade, economia e consciência ambiental. Segundo o artigo 3, parágrafo 12, da Lei 12.305, de 2 de agosto de 2010,

a logística reversa consiste em um instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada.

Os exemplos mais comuns da logística reversa é a reciclagem de garrafas PETs e de pilhas.

Além da adoção de práticas de redução, reutilização e reciclagem, faz-se necessária a criação de políticas públicas voltadas para a conscientização e redução do consumismo, devendo ser executadas na educação, especialmente nos primeiros anos do ensino fundamental, para que além dos valores morais e da aprendizagem, a escola possa auxiliar na formação de cidadãos mais conscientes com o meio ambiente e preocupados com o consumismo. Assim, tais sujeitos poderão desenvolver um senso crítico sem serem influenciados pelas grandes mídias.

Ainda no âmbito das políticas públicas, o Estado deveria promover campanhas para a conscientização dos efeitos que podem advir do consumo exacerbado e como combatê-los. Por isso, é essencial compreender que o estímulo à diminuição do consumo, que também é denominado de “consumo consciente”, está intimamente relacionado com a educação ambiental.

Além disso, é previsto no artigo 170, caput e IV, da Constituição Federal, que para assegurar a efetividade desse direito, cabe ao Poder Público o dever de promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente.

Por isso, é preciso educar os indivíduos para que tenham atitudes mais sustentáveis, não apenas na esfera do consumo, mas que também possam adotar mecanismos de controle da produção e, principalmente, o incentivo ao consumo essencial, desestimulando gastos supérfluos e nocivos, de modo a evitar o desperdício e o endividamento. Somente dessa forma o Estado estará criando uma opção para um modelo de desenvolvimento.

Ou seja, é possível compreender que os estímulos ao consumo consciente nada mais são do que medidas educacionais. A respeito do consumo consciente, importante salientar as lições de Édis Milaré:

Esta abordagem passageira não pode nos tirar a preocupação do momento, que é, obviamente, acentuar a necessidade do consumidor, para além dos seus direitos, pensar também na sua contrapartida de deveres para com o meio ambiente – esta consiste, em síntese, na busca da sustentabilidade ambiental em todas as demandas que exerce sobre bens e serviços a fim de satisfazer às suas necessidades reais, condicionadas à disponibilidade da mesma forma real dos recursos ambientais. Se assim não for, a sua própria sobrevivência e o destino dos

seus descendentes estão gravemente comprometidos. Vale lembrar que, além dos preceitos jurídicos, entram em cena também os requisitos da Ética em todas as suas dimensões: individual, social e planetária. (2011, p.90).

## 5 CONCLUSÃO

Durante o último século, com todas as mudanças da sociedade, houve a obtenção de muitos hábitos, alguns bons, outros nem tanto. A prática classificada como obsolescência programada é um grande exemplo de transformação que deve ser abolida.

A sociedade nunca foi tão desenvolvida e ao mesmo tempo tão vulnerável, uma vem que esta encontra-se em uma era de incertezas, sejam elas pessoais, sociais ou globais. Há a crença que o fato de consumir traz a felicidade e, ao mesmo tempo os cientistas alertam sobre os perigos do atual modelo de consumo, tem-se um problema irreversível como o aquecimento global.

Diante de tantos debates, entre o que seria o certo e o que seria errado, é necessário o senso crítico e a tomada de decisões.

A obsolescência programada busca de forma proposital diminuir a vida útil de produtos para que o consumidor seja levado a adquirir outros. Tal ciclo de consumo é incentivado pela mídia e avalizado pela sociedade. O resultado de tal prática gera uma série de impactos danosos ao meio ambiente, como o grande acúmulo e o descarte incorreto do lixo eletrônico, a poluição das águas e do solo, por exemplo.

O consumidor é a parte vulnerável na relação de consumo e sua vulnerabilidade é presumida, desta forma faz-se necessário um esforço conjunto entre o Estado e Sociedade para que práticas que prejudiquem o consumidor e também o meio ambiente sejam erradicadas.

Durante a elaboração desse trabalho foi possível notar que a prática da obsolescência programada atenta não somente contra o consumidor, mas também contra o meio ambiente. Sendo assim, busca-se a abertura de diálogos e discussões acerca de uma prática comum e que deve ser combatida para garantirmos a possibilidade de um futuro sustentável.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista De. **Manual de Direito do Consumidor**. 6. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2015.

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

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcelos. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. São Paulo: Forense Universitária, 1991.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 15 jun. 2020.

BRASIL. **Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/2002/L10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2002/L10406compilada.htm). Acesso em: 30 jun. 2020.

DAVIDOW, William H. **Marketing de alta tecnologia**: uma visão de dentro. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

HANSEN, Gilvan Luiz. A Sociedade de Consumo e o paradoxo da proteção ambiental. *In*: FLORES, Nilton Cesar (Org.). **A sustentabilidade ambiental em suas múltiplas faces**. Campinas: Millennium Editora, 2012, p. 307-320.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri, SP: Manole, 2005.

MILARÉ, Édis. **Direito do ambiente**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Cidadania e consumo sustentável**. 2015.

Disponível em:

[https://www.mma.gov.br/estruturas/sedr\\_proecotur/\\_publicacao/140\\_publicacao09062009025703.pdf](https://www.mma.gov.br/estruturas/sedr_proecotur/_publicacao/140_publicacao09062009025703.pdf) . Acesso em: 24 ago. 2020.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor; proteção administrativa do consumidor; direito penal do consumidor. 1. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

NALINI, José Renato. **Ética ambiental**. Campinas: Millennium Editora, 2010.

LEMOS, Patrícia Faga Iglecias. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**. 2. ed. São Paulo: Ed. RT, 2012.

SAYEG, Ricardo Hasson. O Contexto Histórico da Defesa do Consumidor em Face do Abuso de Poder Econômico e sua Importância. **Revista de Direito Internacional e Econômico**, Brasília, n. 07, jun. 2004.

SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade**. Trad. Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.

TARTUCE, Flávio. ASSUMPÇÃO NEVES, Daniel A. **Manual de Direito do Consumidor Direito Material e Processual**. São Paulo: MÉTODO, 2017.