



OS IMPACTOS AMBIENTAIS CAUSADOS PELA “OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA”: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO CONCEITO DE “CONSUMO LÍQUIDO”

THE ENVIRONMENTAL IMPACTS CAUSED BY “PLANNED OBSOLETENESS”: AN ANALYSIS FROM THE PERSPECTIVE OF THE CONCEPT OF “NET CONSUMPTION”

VALMIR CÉSAR POZZETTI

Pós Doutor pela Universidade de Salerno/Itália e pelo Centro Universitário Dom Helder; Doutor e Mestre pela Universidade de Limoges/França; Professor Adjunto “3” da UFAM – Universidade Federal do Amazonas e Professor Associado B da UEA - Universidade do Estado do Amazonas. Professor nos cursos de graduação em Direito e nos Programas de Mestrado e Doutorado em Meio Ambiente.

GUILHERME BRUNELLI MARCONDES MACHADO

Bacharelado em Direito pela Faculdade de Direito de Franca/SP; jovem cientista pesquisador na área do Direito do Consumidor.

RESUMO

Objetivos: Objetivou-se analisar a legislação do consumidor brasileira, no tocante os princípios da relação de consumo, buscando verificar se os direitos à informação adequada, proteção no consumo, boa-fé e transparências, estão alinhados e respeitados pelo fenômeno da “obsolescência programada”, uma vez que, como o artigo 170 da CF/88 impõe dever de respeitar o meio ambiente (nas relações de consumo) de forma equilibrada e sustentável, faz-se necessário o respeito aos princípios ambientais da prevenção e precaução.

Metodologia: A metodologia que foi utilizada nesta pesquisa foi a do método dedutivo, onde o pesquisador parte de análises gerais, para ase chegar a um resultado particular; quanto aos meios, utilizou-se da pesquisa bibliográfica, com uso da doutrina, legislação, jurisprudência, bem como a pesquisa em documentos dispostos na rede mundial de computadores; quanto à finalidade da pesquisa, buscou-se apresentar um resultado qualitativo.





Resultados: Os resultados obtidos nesta pesquisa foram os de que a “obsolescência programada” é altamente prejudicial ao meio ambiente, causando contaminação ambiental e diminuição da qualidade de vida do consumidor, além do que, aprisiona o consumidor, obrigando-o a comprar novos produtos (descartando o anterior), pois a reposição de peças não fica mais disponibilizadas para que este atualize os equipamentos que adquiriu; neste sentido, o Poder Público ainda não consegue estabelecer políticas públicas de enfrentamento eficaz sobre esta problemática, para alterar de forma substancial esse modo de produção; logo, é preciso que o consumidor promova a sua autoeducação para optar pela instituto da “economia circular” para pressionar o fornecedor e o Estado, a eliminar do mercado consumerista, a obsolescência programada, pois ela é a principal vilã do desenvolvimento sustentável planetário.

Contribuições: A pesquisa traz contribuições importante no tocante à propositura de uma novel visão de gestão ambiental e consumo, à medida que, com foco no mandamento do *caput* do art. 225 da CF/88, “todos” (cidadão, empresas e Estado) são obrigados a preservar o meio ambiente imprimindo-lhe qualidade de vida e, desta forma, o mercado regulará a postura do Estado e dos fornecedores de bens e serviços, à medida em que o cidadão/consumidor se educa para exigir produtos de longa duração, com a substituição de peças para a atualização e funcionalidade de produtos, evitando o descarte indiscriminado no meio ambiente; além de que a logística reversa deve ser uma obrigação efetiva por parte dos fornecedores e a exigência estatal “efetiva”; pois o Estado é o responsável primevo para concretizar a economia circular., seja através de processos educativos, seja através da cassação do direito do fornecer de funcionar em livre concorrência (conforme artigo 170 da CF/88) nos limites territoriais da sua soberania.

Palavras-chave: obsolescência programada; impactos ambientais no consumo; modernidade líquida; prejuízos ambientais; consumo líquido.

ABSTRACT

Objectives: *This study aimed to analyze Brazilian consumer legislation regarding the principles of consumer relations, seeking to verify whether the rights to adequate information, consumer protection, good faith, and transparency are aligned with and respected by the phenomenon of "planned obsolescence," since, as Article 170 of the 1988 Brazilian Constitution imposes a duty to respect the environment (in consumer relations) in a balanced and sustainable manner, respect for the environmental principles of prevention and precaution is necessary.*

Methodology: *The methodology used in this research was the deductive method, where the researcher starts from general analyses to arrive at a particular result; regarding the means, bibliographic research was used, employing doctrine, legislation, jurisprudence, as well as research in documents available on the World Wide Web; regarding the purpose of the research, the aim was to present a qualitative result.*

Results: *The results obtained in this research showed that "planned obsolescence" is highly detrimental to the environment, causing environmental contamination and a decrease in the consumer's quality of life. Furthermore, it traps the consumer, forcing them to buy new products (discarding the previous ones), as replacement parts are no longer available for upgrading the equipment they have purchased. In this sense, the*





Public Authorities are still unable to establish effective public policies to address this problem and substantially alter this mode of production. Therefore, it is necessary for consumers to promote their self-education to opt for the "circular economy" model to pressure suppliers and the State to eliminate planned obsolescence from the consumer market, as it is the main villain of planetary sustainable development.

Contributions: *This research makes important contributions regarding the proposal of a novel vision of environmental management and consumption, focusing on the mandate of the preamble of article... Article 225 of the 1988 Brazilian Constitution states that "everyone" (citizens, companies, and the State) is obligated to preserve the environment, ensuring its quality of life. In this way, the market will regulate the actions of the State and suppliers of goods and services, as citizens/consumers become educated to demand long-lasting products, with the possibility of replacing parts to update and maintain product functionality, thus avoiding indiscriminate disposal into the environment. Furthermore, reverse logistics must be an effective obligation on the part of suppliers, and the State must be "effectively" required to implement it, as the State is primarily responsible for realizing the circular economy, whether through educational processes or by restricting the supplier's right to operate in free competition (as per Article 170 of the 1988 Constitution) within the territorial limits of its sovereignty.*

Keywords: *net consumption; consumerist environmental impacts; liquid modernity; environmental damage; planned obsolescence*

1 INTRODUÇÃO

O meio ambiente vem sendo utilizado de forma indiscriminada pelo ser humano, há décadas, sem o devido cuidado com a extinção de recursos, ou mesmo, com o seu sucateamento, com a perda da qualidade daqueles recursos que não se extinguirão, mas que sofrerão uma reduzida significativa na qualidade dos recursos e que já estão afetando a qualidade de vida das pessoas. O ar e a água, por exemplo, são recursos que não desaparecerão do planeta, mas a sua qualidade tem piorado dia a dia e se tivermos um retorno à qualidade, a vida ficará insustentável no planeta.

É importante lembrar que todos os produtos que são criados pela indústria, são retirados do meio ambiente natural e passam por uma transformação até chegar ao consumidor e que este processo de transformação, malconduzido, gera muitas externalidades negativas ao consumidor e ao cidadão. Mas a indústria investe pesado no incentivo ao consumo, pois o sistema capitalismo quer que o consumo se eleve cada vez mais, para faturar cada vez mais e nesse sentido, cria no consumidor, necessidades que não existe para que ele possa comprar cada vez mais.





Dentre estas necessidades está a capacidade que a indústria possui de lançar novos produtos que substituem os que foram lançados há um ano, por exemplo, como forma de estimular o consumidor a comprar essas novidades. E o que o consumidor faz com o produto anterior? Descarta!! E o faz de forma indiscriminada, sem ter consciência do mal que causa ao meio ambiente, pois este descarte é feito de forma de qualquer forma, sem programação e dentre os diversos materiais descartados há aquele que demora centenas de anos para se decompor.

Assim, o acúmulo de lixo é um problema enorme para a administração pública que se diante de um problema que não causou, mas que está obrigada a resolver. E a indústria não parar de incentivar o consumidor a comprar, comprar e comprar, através de um sem-número de propaganda, muitas vezes antiética.

Dessa forma, o objetivo desta pesquisa será o de analisar a legislação consumerista e verificar de que forma o fenômeno da “obsolescência programada”, interfere na sustentabilidade ambiental e na sadia qualidade de vida do consumidor. A problemática que instiga esta pesquisa é: de que forma o Poder Executivo e Legislativo poderão minimizar esta externalidade negativa avoluma dia a dia, diante de um “capitalismo selvagem” que não quer recuar do seu poder de lucrara cada vez mais?

Para atender ao objetivo da pesquisa e responder à problemática posta, far-se-á uma análise da sociedade contemporânea, com base no principal livro do filósofo Zygmunt Bauman, que investiga a “obsolescência programada” desde a produção até o âmago da questão.

O tema do artigo terá sua área de concentração voltada ao Direito Ambiental. Dentro dessa importante área, o recorte será feito em relação aos impactos ambientais, no qual será analisado diante da obsolescência programada de bens duráveis. Será que há uma preocupação com os impactos ambientais causados pela obsolescência programada?

Com a liquefação da modernidade, os produtos começaram a se tornar cada vez mais descartáveis, propiciando a chamada sociedade do hiperconsumo, como é denominada por Gilles Lipovetsky. Um dos mecanismos encontrados para fomentar o consumo chama-se obsolescência programada, na qual será objeto de estudos na presente pesquisa.





Diante desse contexto, encontra-se como justificativa a necessidade de reflexão sobre o assunto, uma vez que a temática é de extrema relevância, ante um problema tão contemporâneo e invisível a grande maioria dos consumidores.

A metodologia que será utilizada nesta pesquisa será a do método dedutivo; quantos aos meios que se utilizará, lançar-se-á mão da pesquisa bibliográfica, legislativa e dos documentos dispostos na rede mundial de computadores; quanto à finalidade, a pesquisa trará um resultado qualitativo.

2 CONSUMO

O consumo nada mais é que o ato de adquirir ou utilizar bens e/ou serviços para satisfazer necessidades vitais ou desejos de diversas ordens; seja para a manutenção de algo já existente, seja para a obtenção de algo novo, que surge no mercado. Normalmente ele é a etapa final do ciclo, mas entre o consumo final e a saída do produto da fábrica, há diversas outras etapas que influencia na empregabilidade, ciclo Ele é a etapa final do processo produtivo ou do ciclo econômico, religiosos, educacional e social, que marca a vida dos cidadãos. Por esse motivo é um ciclo complexo, que merece muita atenção dos Poderes legislativo, executivo e judiciário, dentro da soberania de um país.

2.1 ANÁLISE HISTÓRICA DO CONSUMO

Nessa análise histórica, serão abordados alguns aspectos que contribuem para o entendimento desta pesquisa. Assim, serão feitas algumas considerações a respeito do pensamento Zygmunt Baumann (2000, p. 97) que destaca que “a história do consumo é a história da quebra e descarte de sucessivos obstáculos “sólidos” que limitam o voo livre da fantasia”.

Uma breve visão sobre a evolução do consumo ao longo da História, segundo Cotrim (2012, p. 358) terá como “primeiro ponto de referência a famigerada Revolução Industrial, a partir da metade do século XVIII. A Revolução Industrial ocorre marcadamente na Inglaterra, como também na Bélgica e na França que traz a Inglaterra como grande expoente e pioneira esta questão”.





Antes da Revolução Industrial, o consumo possuía barreiras físicas e técnicas: impossibilidade de produção em massa e ineficiência dos meios de locomoção. Também barreiras sociais, como a dificuldade financeira de grande parte da população, num ambiente com fortes influências feudais.

Mesmo assim, o elemento de diferenciação, por meio do consumo, já acontecia antes mesmo da produção em massa. Ao longo da História, observa-se a necessidade das elites de buscarem esses elementos de diferenciação, podendo ser por meio de obras de arte, extensos gramados, vestuário e assim por diante (Karnal, 2022).

Diante desse contexto, a maneira de consumir sofreu drásticas mudanças. A principal delas: a produção em larga escala de bens de consumo. Isso gerou maior circulação de riquezas, fazendo com que se consumisse mais, e dessa forma, o ciclo de consumo se tornou cada vez mais frenético.

Atrelado a produção em massa, o que antes ocorria sob a égide de mercados locais, onde todos se conheciam, após a Revolução Industrial, constata-se a despersonalização entre consumidor e fornecedor.

Além disso, já na segunda Revolução Industrial¹ houve um grande desenvolvimento dos meios de locomoção, ferrovias e embarcações movidas à vapor. Isso proporcionou a facilitação e a diminuição do tempo de transporte, como causa direta do desenvolvimento do mercado externo, cada vez mais globalizado (Cotrim, 2012, p. 359). Logo, com esses primeiros passos, as transformações tecnológicas e econômicas começaram a tomar um ritmo acelerado. Em seguida, outros países se industrializaram no contexto do século XIX e XX, possibilitando maior capacidade de consumo até o momento da grande crise de 1929.

Analisa-se no momento o consumo a partir da análise nacional. Antes da crise, o Brasil possuía fortes laços com os EUA, principal comprador do café. A economia do “país do carnaval” era pautada em *commodities*: produtos agrícolas e pecuários, de baixo valor agregado, comercializado para o mercado externo. Isso fazia com que a economia brasileira ficasse dependente da compra dos países importadores.

¹ A Segunda Revolução Industrial ocorreu na segunda metade do século XIX, aproximadamente entre **1850** e o início do século XX, por volta de **1914**. Fonte: <https://brasilecola.uol.com.br/historiag/segunda-revolucao-industrial.htm>, consultada em 17 maio 2026.





Em um primeiro momento, a grande demanda de *comodities* propiciou, com o boom da cafeicultura, a primeira industrialização de peso ao Brasil. Em 1930 totalizavam-se 13 mil indústrias que empregavam 275 mil funcionários. (Cotrim, 2012, p. 574)

Todavia, nesse mesmo ano de 1930, houve uma queda abrupta na exportação de café, o que gerou tempos de recessão. Nesse contexto, inicia-se o governo provisório de Getúlio Vargas (Cotrim, 2012, p. 592).

Segundo Cotrim (2012, p. 602-603) “como de conhecimento notório, Vargas teve fundamental importância no desenvolvimento da industrialização interna, com a criação de estatais, aumento das taxas de importação, diminuição dos impostos sobre a indústria no país, e outros mecanismos fomentadores da economia interna”.

Diante deste contexto, iniciou-se a passos lentos as primeiras tendências de consumo pelos brasileiros, por conta da industrialização. Observa-se que foi um processo tardio e cheio de perturbações na ordem política, social e econômica. Curiosa a comparação do momento marcado pela ideia Norte Americana do American Way of Life. Nesse período entre guerras, a superprodução industrial e agrária estadunidense precisava de vazão. Por conta disso, foi disseminado o sentimento consumista naquele país. No Brasil, isso ocorreu somente na metade do século passado, quando a população começou a adquirir produtos com maior facilidade.

A chamada sociedade de consumo, segundo Cotrim (2012, p. 675-676) “tornou-se concreta a partir da década de 1950 no Governo de Juscelino Kubistchek. Estimulado pelos empréstimos estrangeiros, o Brasil surfou numa onda de investimentos na indústria, na construção de rodovias, na vinda de multinacionais, entre outros”.

Ademais, popularizou-se o rádio, como também a TV (Televisão) e diversos eletrodomésticos. Junto com esses sistemas de comunicação, um fator de extrema relevância no incentivo do consumo é a propaganda. Por meio de uma mudança no sistema de publicidade, passou-se de informações sobre produtos para a criação de mecanismos de marketing para o consumo, o precisar a todo instante. É, então, a partir desse momento que o consumo se torna elemento essencial da existência, o de ser ligado à capacidade de consumo. Outro elemento fundamental que impulsionou o mercado de consumo nacional foi o “crédito”. A partir deste, mesmo quem não possuía dinheiro, momentaneamente, conseguia consumir. Entretanto, o mercado de crédito





no Brasil, acompanhava os momentos de desenvolvimento econômico (Empreendedor, 2021).

Pelo fato de o século XX ser recheado de instabilidades econômicas e superendividamento nacional, o crédito passou a ser popularizado de fato, a partir da década de 1990, com a implementação do Plano Real.

Assim, foi a partir da década de 1950 que a população brasileira começou a ter uma maior oportunidade de consumo. Todavia, as classes desfavorecidas (a maioria) continuavam relegadas ao consumo das classes médias e altas. Isso serve de instrumento comparativo para entender como a história do consumo em massa no país é recente, e ainda carece de proteções importantes ao consumidor.

Nesses termos, consolidada a sociedade de consumo no Brasil, Sodré (2007, p. 67) destaca que a sociedade do consumo passa a depender da conjunção mínima dos seguintes pressupostos:

- a) produção em série de produtos; b) distribuição em massa de produtos e serviços; c) formalização da aquisição destes produtos e serviços por meio de contratos de adesão, d) publicidade em grande escala na oferta dos mesmos; e) oferecimento generalizado de crédito ao consumidor.

Configurados esses elementos, com o advento do século XXI a superprodução tomou conta da economia globalizada, possibilitando o consumo a quase todas as camadas sociais. Nesse interim, observa-se indivíduos cada vez mais manipulados para consumirem, junto a uma modernidade completamente volátil, cheia de incertezas.

E é dentro deste contexto que Pozzetti e Monteverde (2017, p. 195) destacam que surge um grande problema relacionado ao lixo produzido pelo consumo exacerbado, uma vez que “a geração de resíduos é um dos grandes problemas urbanos, que a sociedade contemporânea enfrenta; pois o consumo desenfreado tem gerado diversas externalidades que o capitalismo não consegue resolver. Pensar mecanismos de resolver o problema do lixo é urgente”.

Assim, a história do consumo vem sendo protagonizada pelo sistema capitalista que se preocupou, diuturnamente com a produção, lucro e consumo, apenas; sem se preocupar com as externalidades negativas e quais seriam as consequências deste consumo exagerado ao longo do tempo. E desta forma, chegamos na modernidade com um problema enorme: os bens ambientais não foram





valorados na sua essência, utilizou-se destes de forma indiscriminada e cegamos a uma encruzilhada: o que faremos com tanto lixo, com tanta poluição ambiental e com a escassez de recursos?

3 MODERNIDADE E CONSUMO LÍQUIDOS

O conceito de modernidade foi criado pelo sociólogo Zygmunt Baumann para descrever a sociedade contemporânea. Para defender a sua tese Bauman explica que se criou um mundo onde nada é feito; que tudo, desde as relações sociais, identidades e até afetos, devem ser passageiros, e que o consumo passa a ditar quem somos e como nos comportamos diante da sociedade, que o prazer de comprar é maior que qualquer outro prazer.

O objetivo desse tópico não é criticar o consumo em si, até porque segundo o antropólogo especialista em consumo e comportamento Michel Alcoforado (2022), o brasileiro precisa “ter para ser”, consumo como pressuposto existencial de identificação. Portanto, serão feitas observações das novas tendências de consumo, ficando a critério do interlocutor fazer uma análise própria. Como ponto de partida extrai-se da obra Sociedade do Cansaço de Byung-Chun Han (2017, p. 23) o seguinte trecho:

A sociedade disciplinar de Foucault feita por hospitais, asilos, presídios, quartéis e fábricas, não é mais a sociedade de hoje. Em seu lugar, entrou uma sociedade de academias, prédios de escritórios, bancos, aeroportos, shopping centers e laboratórios de genética.

Utilizando-se dessa comparação, observa-se como a transformação física do ambiente em um curto espaço de tempo, construiu uma sociedade balizada pelo consumo. A estrutura física corrobora para escoar toda a demanda produtiva.

No que tange ao aspecto do “consumo líquido”, a principal obra de Zygmunt Bauman denominada “Modernidade Líquida”, será utilizada como fio condutor para essas análises contemporâneas. Assim, a modernidade líquida é caracterizada pela rápida mutabilidade inconstante e acelerada. A analogia ao comportamento dos fluídos é brilhante. Isto é, a modernidade líquida possui a rápida capacidade de moldar-se e a incapacidade de manter-se em forma por muito tempo.





Nessa perspectiva, quem são os detentores das rédeas que moldam esse fluídos? Com essa visão dos tempos atuais, já consegue-se visualizar como a forma de consumir vai se liquefazendo de acordo com diversos aspectos sociais. Por isso, cunhou-se o nome de “consumismo líquido”, cuja referência está contida na inconstância atrelada às tendências do consumo contemporâneo. Portanto, “consumismo líquido” são as diversas variações, influenciadas pelo ambiente em que se vive, ao qual moldará a forma de consumir. Importante dizer que tal “molde” será marcado pela instabilidade, pela remodelação contínua.

Nesta linha de raciocínio, Bauman (2000, p. 95), destaca que “Tudo numa sociedade de consumo é uma questão de escolha, exceto a compulsão da escolha, a compulsão evolui até se tornar um vício e assim não é mais percebida como compulsão, é a atividade de comprar”.

Verifica-se, então, que o consumo foi moldando-se a tendências cada vez mais obscuras de análise pessoal, a partir do momento que a atividade de comprar deixa de ser percebida como compulsão. A obscuridade da capacidade reflexiva individual também é causada pela célere transformação atual.

Neste mesmo sentido Beaudrillard (1995, p. 93) destaca a perspectiva dessa sociedade de consumo atual:

[...] trata-se da permuta das diferenças que sela a integração do grupo. As diferenças assim coisificadas, longe de dividir os indivíduos, tornam-se antes material de troca. Ponto este que é fundamental para a definição do consumo: Como sistema de comunicação e de permuta, como código de signos continuamente emitidos, recebidos e inventados, como linguagem.

E continua Beaudrillard (1995, p. 190) explicando que há “dois aspectos da natureza humana e que são intimamente ligados com o consumo desenfreado: sedução e narcisismo são previamente revezados por modelos, industrialmente produzidos pela mídia de massa e transformados pelos signos referenciáveis”. Desta forma, percebe-se que a mídia e a necessidade de destaque são elementos fomentadores do consumo, e que elas são os grandes “vilões” da “obsolescência programada”; pois os fornecedores de bens de consumo e serviços não são responsabilizados pelas externalidades que geram.





3.1 SÍSIFO E O DESEJO

O mito de Sísifo² (Aidar, 2017) é uma excelente metáfora para entender a relação das compras com o desejo. Nesse mito, Sísifo foi condenado a rolar uma pedra até o cume de uma montanha. Porém, sempre quando ele está chegando no topo, as forças não são suficientes e ele acaba voltando morro abaixo, repetindo e repetindo, indefinidamente. Em vista disso, a “necessidade preliminarmente satisfeita gera quase automaticamente outra necessidade”, segundo Retondar (2008, p. 138). Em síntese, o consumo será essa eterna tentativa de conseguir “rolar a pedra morro acima”.

Na metade do século XX, as formas de produção industrial foram, em grande parte, substituídas pelo Toyotismo³: agora vem primeiro a demanda para depois o produto.

De uma forma rebuscada, Nozaki (2020, p. 30) explica que “Essa mudança traz ao consumidor um conjunto de impactos sociais que fazem com que a velha noção de cidadão se converta numa noção de consumidor como centro da subjetividade e da maneira como se socializam esses indivíduos”.

De uma maneira mais simples, a transformação industrial, trouxe ao consumidor, agora centro dos próprios anseios subjetivos, a ilusão de poder satisfazer-se por completo. Se agora, “eu posso ter o produto que eu quero e como eu quero, porque vou ficar sem ele?”

Nozaki (2020, p. 34)), segue destacando que “se a ideia de que cada indivíduo pode ser moldado de acordo com a própria forma particular de consumir, gera-se uma sociedade marcada pelo individualismo, hedonismo e competição”.

Sendo assim, leva-se os indivíduos, suscetíveis a um conjunto de doenças psíquicas e de insatisfações crônicas, a um consumo inconsciente, cujo desejo de consumir se retroalimenta no consumo indiscriminado. Logo, os consumidores nunca

² Na mitologia grega, Sísifo, rei de Corinto, foi considerado o mortal mais astuto. Ele irritou profundamente os deuses ao enganar a própria Morte (Tânatos) e o deus Hades, escapando do submundo. Como punição eterna no Tártaro, foi condenado a rolar uma enorme pedra montanha acima, mas ela sempre rolava de volta ao chão. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CiAoGTcJYL4&t=670>, consultado em 17 maio 2026.

³ O Toyotismo é um modelo de organização industrial e do trabalho criado no Japão após a Segunda Guerra Mundial, desenvolvido pela montadora Toyota, cujo sistema focava na produção flexível: fabrica-se apenas o necessário, no momento exato e na quantidade demandada, evitando acúmulo de estoques e desperdícios.





comprarão tudo, e aí está uma questão interessante. A infelicidade mora no momento de estabelecer prioridades, a necessidade de abandonar todas as demais opções inexploradas. Dessa forma, Bauman (2000, p. 82) explica que “a infelicidade dos consumidores deriva do excesso, e não da falta de escolha”.

E continua Bauman (2000, p. 94), utilizando-se da metáfora da corrida: “Na corrida dos consumidores, a linha de chegada sempre se move mais veloz que o mais veloz dos corredores é aquele onde se começa e não se pode terminar”. Além disso, é mister concluir: por mais longa que seja a corrida, não participar não figura “opção”.

Somado a todo esse cenário preocupante sob o olhar do indivíduo e o desejo, Bauman (2000, p. 93-94) conclui que: “no mundo dos consumidores as possibilidades são infinitas, e o volume de objetivos sedutores à disposição nunca poderá ser exaurido”.

Segundo esta linha de raciocínio, Harvie Ferguson, citado por Bauman (2000, p. 98) faz uma distinção semântica sobre a mudança do verbo “desejar” para o “querer”:

Enquanto a facilitação do desejo se fundava na comparação, vaidade, inveja e a necessidade de autoaprovação, **nada está por baixo do imediatismo do querer**. A compra é casual, inesperada, espontânea. Essa tem uma qualidade de sonho tanto ao expressar quanto ao realizar um querer, que, como todos os querer, é insincero e infantil. (gn)

Verifica-se, então, que o “querer” é mais imediato, é mais irracional, mais instintivo. Assim surgem algumas expressões de que “consumir é sonhar acordado” ou de “consumir é algo pueril”.

Em resumo, outra forma de entender o consumo é por meio do desejo. Sentimento esse inesgotável, uma corrida sem chegada, moldando-se de acordo com as particularidades de cada indivíduo. Todavia, a incapacidade de alcançar a satisfação plena, leva a um adoecimento psíquico, cuja pílula é comprar o próximo item.

Com esse cenário, consumidores compram a chance de sonhar acordados, como evidenciou o antropólogo e o sociólogo. Todavia, o incentivo por esse sonho passa-se muitas vezes pela propaganda, marketing.





4. DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

É importante destacar que a produção veio a existir em massa, a partir da revolução industrial e, mais especificamente no Brasil, a partir do século XX; logo, junto com o advento de todas as inovações dos séculos XX e XXI, a produção também não ficaria de fora. Assim, segundo Sloan: “a produção de mercadoria substituiu o *mundo dos objetos duráveis* pelos “produtos perecíveis projetados para a obsolescência imediata”. A conclusão do norte-americano é do século XX, num período em que a obsolescência programada não estava tão disseminada ainda.

De acordo com o documentário “*The Men Who Made Us Spend*” (2019), esperava-se, à época, que a redução da durabilidade das lâmpadas dobrasse o negócio em até 5 anos em todos os sentidos. Portanto, por que não diminuir a durabilidade do produto se isso não é uma excelente forma de aumentar a lucratividade e expandir o negócio?

Neste sentido, Bauman (2001, p. 94), destaca que a “superprodução”, “é definida por meio de “produtos com ‘data de validade’, os quais cairão em desuso mesmo antes dessa data, apequenados, desvalorizado e destituídos de fascínio pela competição de novas ofertas”

Com o advento dos algoritmos e dos novos modelos de redes sociais, observa-se internautas cada vez mais viciados nos seus aparelhos, haja vista a busca dos desenvolvedores de aplicativo por desencadear pequenas doses dopaminérgicas (Delanogare, 2021).

Seguindo esta linha de raciocínio, Pozzetti, Pozzetti e Pozzetti (2020, p. 177) destacam a importância de se preservar o meio ambiente e protegê-lo contra a obsolescência programada:

O uso indiscriminado do petróleo e o **excesso de consumo**, resultando na utilização exacerbado dos recursos ambientais têm trazido muitos efeitos colaterais ao meio ambiente que vão desde a escassez de recursos naturais, até o **aquecimento global** e aparecimento de pandemia que, se não tomarmos providências serão cada vez mais frequentes. Neste sentido a comunidade científica vem alertando as autoridades de todos os países que compõem o planeta, no sentido de se tomar providências urgentes, para se combater desmatamento, **tecnologias de obsolescência programada**, uso indiscriminado de energias poluentes, etc... (gn)





Desta forma, consegue-se concluir que a obsolescência programada causa um prejuízo ambiental enorme, com uma atuação empresarial predatória, sem limites, e que vai arcar com os custos de exploração será o consumidor/cidadão, que vê os recursos ambientais de todos, serem explorados somente pelos empreendedores, cuja ganância não tem limites, pois se o tivessem, estariam preocupados com a reparação e recomposição do meio ambiente.

4.1 DEFINIÇÃO DE OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA, SINÔNIMO DE PRAZO DE VALIDADE

Dentre alguns sinônimos de obsolescência programada, pode-se citar: prazo de validade prévio, morte programada, fim programado e certo, etc. Para melhor elucidar retira-se da definição do site do IDEC, Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (2020), tal definição: “[...] a própria fabricante planeje o envelhecimento de um item, ou seja, programar quando determinado objeto vai deixar de ser útil e parar de funcionar, apenas para aumentar o consumo”.

Logo, se a preocupação era dar veracidade ao que fora alegado, observa-se a construção prática de como tal mecanismo é real e presente na contemporaneidade. Nesse mesmo contexto, a análise do IDEC (2020) aduz que os “eletrodomésticos duram bem menos do que há 50 anos. Os produtos são fáceis de comprar, mas são desenhados para não durar”.

A obsolescência programada nada mais é que a data de validade não divulgada pelos fornecedores. Partindo dessa premissa, questiona-se: se os bens não duráveis possuem data de validade, por que os bens duráveis não possuem?

Claro que se pode argumentar que é impossível precisar o momento exato de um produto durável estragar. Entretanto, a pesquisa mencionada mostra em anos o tempo médio de duração.

Nesse cenário, propõe-se a obrigatoriedade de os fornecedores colocarem nas embalagens o prazo médio de duração do produto, por meio de parâmetros médios. Isto é, utilizando o produto corretamente, dentro de padrões médios de uso, qual seria a data de validade? No bojo dessas informações, caberá aos órgãos competentes regular a veracidade desse prazo de validade fornecido. Assim, fica o questionamento: seria justo fornecer-se a data de validade? No tocante às inovações tecnológicas, até que ponto o fornecedor lança de fato um novo produto ou é somente





o lançamento de um modelo mais “atual”? São diversos os exemplos desses produtos. Cita-se a notícia da empresa mais valiosa do mundo no momento: *Apple*; se é a empresa mais valiosa do mundo e está como destaque em diversas notícias veiculadas na imprensa, ela sobre obsolescência programada, quem dirá as demais. Até porque, é a empresa que confere maior *status* nos consumidores dos “Ais” (Inteligência Artificial). Conforme Presse (2023, p. *on line*) a “Apple é investigada na França por obsolescência programada de produtos. A procuradoria de Paris abriu um inquérito judicial sobre obsolescência programada de produtos da Apple, disse um porta-voz da procuradoria nesta segunda-feira, confirmando uma reportagem da AFP”.

Assim, nota-se a extrema relevância do tema, sob um olhar internacional, até porque a obsolescência programada é praxe da maioria esmagadora das empresas, conforme se extrai da notícia do portal uol, no que tange a falta de inovação da geração do iPhone 13 para o 14 (celular da mesma empresa que é investigada por obsolescência programada).

E porque, é a empresa que confere maior *status* nos consumidores dos “Ais” (Inteligência Artificial). E Presse (2023, p. *on line*) ainda destaca que: “mandando a real: iPhone 14 é 25% mais caro que o 13, mas não é 25% melhor”. Assim, esta notícia faz um comparativo técnico de algumas especificações das duas gerações de iPhone, como câmera, resolução de tela, bateria e entre muitos outros. Um fato chocante foi que Eve Jobs (filha do grande fundador da empresa) publicou um *meme* ironizando a falta de inovação no novo modelo. O meme é a imagem de um senhor com uma camisa bordô listrada, na qual mostrava que havia ganhado outra camisa idêntica de presente. Na legenda da publicação continha o texto escrito por ela “eu trocando meu iPhone 13 pelo iPhone 14”.

Outra notícia referente à mesma empresa é muito pertinente ao tema proposto, onde se destaca que a Apple é alvo de investigações por definir a duração de seus aparelhos, aparece na reportagem de Machado (2023, p. *on line*):

Além de prejudicar os consumidores, a obsolescência programada tem também impactos negativos no meio ambiente. Ao incentivar o descarte prematuro de aparelhos eletrônicos, a prática contribui para o aumento da geração de lixo eletrônico, que contém substâncias poluentes e tóxicas. Além disso, a produção de novos aparelhos demanda mais recursos naturais e energia, aumentando as emissões de gases de efeito estufa, acelerando ainda mais a poluição. (grifo no original)





De acordo com Machado (2023, *p. on line*) a “Apple já chegou a pagar uma multa de 25 milhões de euros após ser acusada de práticas comerciais enganosas na França, durante o ano de 2020”. Portanto, fica a constatação quanto à empresa mais valiosa do mundo e o questionamento. Até quando esse artifício será ignorado pelo Legislativo brasileiro?

5 DO DIREITO

A prática da obsolescência programada está presente no cotidiano dos cidadãos e há dispositivos legais que proíbem esta prática, tanto no âmbito do consumidor como no âmbito do direito ambiental.

Para Boaventura e Pozzetti (2024, p. 83):

A livre iniciativa está ligada à possibilidade de a empresa poder se constituir sem qualquer embaraço ou impedimento do poder público ou de qualquer ato do poder privado, não se podendo negar o início de qualquer atividade empresarial, **desde que lícita**. Já no tocante à livre concorrência, espera-se que **a empresa ambientalmente responsável é aquela que busca desenvolver as suas atividades, buscando empregar e cumprir as regras ambientais, sem poluir, sem utilizar insumos proibidos ou de péssima qualidade que irão refletir no consumidor negativamente e/ou causar danos ao meio ambiente e à sociedade.** (gn)

Nesta linha de raciocínio, é muito importante que à luz do instituto do “estado democrático de direito”, que rege a república federativa do Brasil, é necessário que todo aquele que quiser empreender ou fornecer produtos e serviços no país, deve atender às necessidades do consumidor, atender à legislação ambiental e envidar esforços para que este produto ou serviço traga o mínimo de externalidades ambientais.

5.1 DOS DISPOSITIVOS LEGAIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O código de defesa do consumidor - CDC - visa trazer o reequilíbrio entre consumidor e fornecedor, haja vista a hegemonia econômica, técnica e científica do





produtor para com o consumidor. Dentro desse contexto, o CDC proporcionou, dentre os diversos instrumentos de reequilíbrio, a facilitação dos instrumentos de defesa, nas relações de consumo. Portanto, a seguir serão evidenciados alguns mecanismos para buscar equilibrar essa relação mencionada.

Extrai-se do CDC a definição de consumidor:

Art. 2º: consumidor é **toda pessoa física ou jurídica** que adquire ou utiliza produto ou serviço **como destinatário final**. (gn) Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Logo, independentemente da personalidade jurídica, considera-se consumidor aquele a que se destina o produto, advindo da cadeia de produção.

É preciso pontuar que o legislador se preocupou com uma conceituação de caráter econômico-jurídico. Há a necessidade de criação de um conceito objetivo e preciso, sem a pretensão de desenvolver os demais conceitos de consumidor, sob a perspectiva filosófica, sociológica, psicológica.

Extrai-se de uma jurisprudência do STJ de 2003 do Recurso Especial nº 488.274/MG, de relatoria de Andrichi, na qual amplia o conceito de destinatário final, contido no art. 2º do CDC: “Insere-se no conceito de “destinatário final” a empresa que se utiliza dos serviços prestados por outra, na hipótese em que se utilizou de tais serviços em benefício próprio, não os transformando para prosseguir na sua cadeia produtiva”.

Dessa forma, a característica principal desse último destinatário, é a inexistência de prosseguimento na cadeia produtiva. Ademais, na mesma ementa desse REsp, contém a inaplicabilidade do foro de eleição contratual, pois quando se está diante de uma relação de consumo, o foro de domicílio do consumidor é o foro competente. Já o CDC, em seu art. 3º do CDC, conceitua o que é fornecedor:

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. § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.





Logo, o conceito de fornecedor, de produto e serviço, bem como o de consumidor, são amplos, tentam abarcar o maior número de hipóteses práticas, evidenciando a característica geral e ampla desses dispositivos, numa perspectiva hermenêutica.

Segundo Soares (2001, p. 147): “No Brasil, a norma de consumo tem como objeto sociológico e filosófico a inclusão social e efetiva de garantir a qualidade e segurança mínima a todos os produtos, sem tratar o consumidor brasileiro como objeto”

Já a Constituição Federal da República Federativa do Brasil – CF/88 destaca que:

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: (...) *omissis* V - **defesa do consumidor**. 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; (gn)

Com esta visão legal, consolida-se toda a legalidade e legitimidade do CDC, em busca da defesa do consumidor, cujos pilares estruturais encontram-se no texto Constitucional. Não obstante a isso, a CF/88 também esclarece a necessidade de que haja crescimento econômico em harmonia com a defesa do consumidor, mas sobretudo que este crescimento respeite o meio ambiente.

Neste sentido, no tocante ao respeito devido ao consumidor, é necessário que o consumidor leve em conta a vulnerabilidade da relação com o fornecedor. Isso acontece, porque o fornecedor em quase todos os casos possui hegemonia técnica, científica, econômica em comparação com o consumidor. Inclusive, essa hegemonia técnica será responsável por produzir os produtos com uma “data de validade” já pré-estabelecida, a qual não chega nem perto do conhecimento do consumidor.

Nesse interim, o CDC preocupou-se com esse desequilíbrio evidente e prescreveu:

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; (gn)

Seguindo esta linha de raciocínio, Comparato, citado por Filomeno (2004, p. 77), destaca que “o consumidor certamente é aquele que não dispõe de controle sobre os bens de produção e, por conseguinte, deve se submeter ao poder dos titulares destes”. Ou seja, sem o fundamental CDC, os consumidores seriam (são) marionetes dos fornecedores. Nesta mesma linha de raciocínio, Rizzato Nunes (2011, p.193) destaca que:

[...] o **consumidor é a parte fraca da relação jurídica** de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico. O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido. (gn)

Desta forma, o consumidor precisa de mecanismos de defesa contra a hegemonia do fornecedor. À vista disso, tratando os desiguais desigualmente, pretende-se buscar a isonomia entre a relação consumidor-fornecedor.

É importante destacar que o CDC em seu art. 6º, inciso VIII instituiu a faculdade da parte consumidora de requerer a inversão do ônus da prova, por simples requerimento expresso. Isto é, não há necessidade de comprovar a motivação do pedido. Os requisitos para tal requerimento são simples: a alegação do consumidor precisa parecer factual ou quando o consumidor é hipossuficiente (maioria esmagadora da população brasileira).

Diferentemente do que ocorre no Código de Processo Civil, o qual aduz a obrigatoriedade de fundamentação no pedido de inversão do ônus da prova. Ato contínuo, caberá ao juiz acolher ou não tal requerimento, cuja arma recursal num possível indeferimento é o de Agravo de Instrumento, vide art. 373 do CPC.

É importante destacar, também, que como o artifício da obsolescência programada diz respeito a produtos que possuem uma certa longevidade, se faz mister citar rapidamente a definição de bens duráveis ou inconsumíveis. Na visão de Tartuce (2021, p. 338): “Bens inconsumíveis – São aqueles que proporcionam





reiteradas utilizações, permitindo que se retire a sua utilidade, sem deterioração ou destruição imediata (*inconsumtibilidade física*), bem como aqueles que são inalienáveis (*inconsumtibilidade jurídica*)”.

6 PRINCÍPIOS BASILARES NA RELAÇÃO DE CONSUMO VERSUS MEIO AMBIENTE

Os princípios são “estruturas” responsáveis por dar fundamentação teórica a todo o assunto aqui tratado. São os sujeitos que sustentam os demais assuntos. Em vista disso, munidos dos princípios básicos de qualquer assunto, consegue-se mostrar a base teórica por de trás dos futuros tópicos abordados.

Segundo Douglas (2019, p. 362) sobre esse tema: “[...] é através dos princípios que podemos raciocinar juridicamente”. Já para Reale (1994, p. 299) “Os princípios são ‘verdades fundantes’ de um sistema de conhecimento, como tais admitidas, por serem evidentes ou por terem sido comprovadas, mas também por motivos de ordem prática de caráter operacional, isto é, como pressupostos exigidos pelas necessidades da pesquisa e da *práxis*”.

Dentro deste contexto, temos vários princípios que regem a relação de consumo e que estão estabelecidos no CDC.

O Princípio da boa-fé vem tomando força desde o advento do século XXI e está previsto no CDC:

Art. 4º: [...], bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: 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; (gn)

Logo, este princípio é responsável por tentar solidificar uma relação pautada na moral e nos bons costumes, definição essa pensada pelo Autor dessa monografia. Segundo Tartuce (2021, p. 1026), “o princípio da boa-fé vem desde o Direito Romano, mas, desde os primórdios do Direito Romano já se cogitava outra boa-fé, aquela





direcionada à conduta das partes, principalmente nas relações negociais e contratuais”.

Outro princípio que conduz de forma protetiva o consumidor é o Princípio da Informação que destaca a necessidade da transparência na relação de consumo. Neste sentido Lazzarini, citado por Cláudia (1990, p. 228) destaca que: “por mais informado que o cidadão esteja, existem inúmeras questões invisíveis para as pessoas” E, dentre as questões invisíveis encontra-se o objeto de estudo dessa pesquisa, que é a obsolescência programada. O Princípio da Informação está previsto no CDC:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: (...) *omissis* 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; (gn)

Vê-se, portanto, que o consumidor deve saber aspectos importantes sobre o produto que adquire, tal como o prazo de validade ou de operacionalização do produto ou, ainda, quando ele será submetido à obsolescência programada!!!!

Observa-se que o artigo é expresso no sentido de garantir a informação límpida sobre todos os atributos relativos aos produtos. Somente com essa base inicial de artigos, já há muita margem para sustentar a tese de que a obsolescência programada deve ser regulamentada expressamente por lei.

Nesta mesma linha de raciocínio, Filomeno (2004, p. 146), destaca que “trata sobre o dever de informar o consumidor sobre todas as características importantes de produtos e serviços para que aquele possa adquirir, ou contratar serviços, sabendo exatamente o que poderá esperar deles”

Como exemplo prático sobre o dever de informar, nesse contexto, o Filomeno (2004, p. 87) também descreve que deve o fornecedor “instituir a educação específica aos consumidores mirins, de molde a conscientizar o jovem da importância de ser um cidadão crítico na hora de comprar ou contratar algum serviço”.

Ainda nesse contexto, Frota, Ex-Presidente Internacional de Direito do Consumidor citado por Filomeno (2004, p. 289) destaca que “a informação aos consumidores é *conditio sine qua non* da realização do mercado”.





Portanto, em síntese, informar o consumidor é obrigação do fornecedor, mas só isso não basta. A informação precisa ser clara e abranger imperiosamente os dados mais importantes. Por isso, questiona-se: o período de duração médio (data de validade) de um bem durável não deveria constar na embalagem?

Um outro princípio que se destaca na relação de consumo é o Princípio da Transparência, que se traduz na necessidade a transparência converge para a imposição de que as informações sejam claras e acessíveis ao destinatário final dos bens de consumo. O CDC determina que é imprescindível a clareza nas informações:

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, **claras, precisas**, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, **prazos de validade** e origem, entre **outros dados**, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. (gn)

Logo, a necessidade de clareza e precisão, ao informar o consumidor, é um princípio de ordem pública; logo, informar o consumidor sobre a morte programada dos bens duráveis, é uma obrigação do fornecedor.

No âmbito do direito ambiental, os princípios da prevenção e da precaução, asseguram ao consumidor o direito de usufruir de um meio ambiente (natural, artificial e cibernético) adequada à qualidade de vida. A CF/88 estabelece que:

Art. 225. 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**. (gn)

Verifica-se, então, que a CF/88 estabelece o direito de todos a um meio ambiente equilibrado. E para que isso ocorra, é dever de todos, inclusive do produtor, fornecedor de bens e serviços, se adequar para que o fornecimento de sua produção seja adequado e que preserve o equilíbrio ambiental. Assim sendo, as Políticas Públicas governamentais deverão, em atendimento a este dispositivo legal, estabelecer ou impor que as empresas de bens ou serviços se adequem a este dispositivo e que não pratiquem a obsolescência programada, ve que ela causa prejuízo ao meio ambiente e ao consumidor, que vê todos os princípios consumeristas já enumerados, sendo desrespeitados.





O Princípio da Precaução está previsto na Convenção Internacional sobre o Meio Ambiente, a ECO/92, ocorrida na cidade do Rio de Janeiro em 1.992:

Princípio 15. Com o fim de proteger o meio ambiente, **o princípio da precaução** deverá ser amplamente observado pelos Estados, de acordo com suas capacidades. **Quando houver ameaça de danos graves ou irreversíveis, a ausência de certeza científica absoluta não será utilizada como razão para o adiamento de medidas economicamente viáveis para prevenir a degradação ambiental.** (gn)

Ou seja, se não houver certeza científica sobre possível dano, a atividade não poderá ser liberada pelo Poder Público competente. Dentro deste contexto, Gomes e Pozzetti (2018, p. 85) destacam que:

A segurança ambiental e a saúde coletiva de uma nação não podem estar submissas a um processo mercadológico **cujo valor moral da atividade se pautar apenas pelo lucro, sem se preocupar com os resultados nocivos advindos desse processo.** A Constituição Federal de 1988 em seu Art. 196 determina que “A saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos [...]”. (gn)

Desta forma, todas as atividades que são nocivas ao meio ambiente, ou poderão trazer potencial nocividade, devem ser evitadas. Neste sentido, Pozzetti (2008, p. 4839) destaca que:

É inegável que o desenvolvimento e a modernidade que estamos experimentando nos últimos anos, tais como: internet, telefonia celular, computadores, fibras óticas, etc, nos proporcionam uma melhor qualidade de vida. **Entretanto, há um grupo de pessoas que se aproveita e faz mau uso dessas tecnologias e dos avanços científicos conquistados.** É o caso dos pedófilos e estelionatários que se utilizam da internet para a prática de delitos, ou a escuta ilegal de ligações telefônicas. Tais delitos, não ainda previstos na legislação penal vigente, leva-nos a repensar a ética e a vida. (gn)

Pois bem, dentro do contexto ambiental, o princípio da prevenção é aquele que estabelece que “em toda e qualquer atividade, se o conhecimento científico já concluiu que a atividade causa prejuízo, eu devo realizar todas as atividades para torná-la menos prejudicial possível. A exemplo disto estão as atividades laborais insalubres e perigosas, onde o trabalhador vai utilizar EPI – Equipamento de Proteção





Individual, para diminuir o risco de contrair doenças ou de perder a vida. Neste caso, como se sabe do possível prejuízo, a atividade está autorizada, desde que se tome os cuidados necessários. Já as atividades em que se desconhece os riscos futuros, a atividade não pode ser liberada, conforme estabelece o Princípio da precaução.

Já o princípio da prevenção é aquele em que eu sei quais serão os prejuízos que a atividade trará, como externalidades e, por isso, necessito estabelecer regras para minimizar o risco. E, no tocante aos produtos que geram obsolescência programada, o Poder público, que sabe desta eternidade, deverá estabelecer regras para as empresas que estão causando esta prática e impor às mesmas que tratam os resíduos, de forma aceitável, para garantir a salubridade do planeta bem como a continuidade dos recursos ambientais evitando a extinção destes recursos ou a diminuição da qualidade dos mesmos recursos ambientais que lhe deram origem.

6.1 PRÁTICAS ABUSIVAS

A codificação consumerista – CDC - foi verdadeiramente planejada, por utilizar-se de uma definição específica, ao tratar das práticas comerciais: “Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, **equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não**, expostas às práticas nele previstas. (gn)

Nota-se como a definição de consumidor foi ainda mais ampliada. Quando se trata de práticas comerciais, buscou-se uma maior abrangência dos sujeitos de consumo.

Antes de adentrar nas práticas abusivas, em primeiro lugar, precisa-se entender o que são práticas comerciais. Práticas comerciais nas palavras de Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin (2001, p. 260):

[...] prática comercial é o **resíduo da produção**, ou seja, é a fase pós-produção da sociedade de consumo. Os bens de consumo têm, realmente, duas fases bem distintas em sua vida: a produção e a comercialização. As práticas abusivas comerciais dizem respeito a esta última. (gn)

Assim, as práticas de produção e comercialização estão localizadas na cadeia de fabricação e comercialização dos bens duráveis. As práticas abusivas são aquelas em que há alguma irregularidade e ilegalidade, elencada no rol do artigo 39 do CDC. Todavia, todo rol pode ser taxativo, aquele que tenta exaurir todas as hipóteses em





questão, ou pode ser exemplificativo, aquele que apenas cita as principais hipóteses, mas não as exaure.

A caracterização desse rol, como tal, muniu os administradores e juízes para combater práticas abusivas não expressamente previstas, mas que possuem um vasto arcabouço jurídico de proteção.

Assim, de quem é a responsabilidade pelas práticas abusivas nas relações de consumo? Um bem durável passará por diversos processos até chegar à mão do destinatário final. Em vista disso, não resta discussões sobre quem de fato deve ser o responsável por informar essa data de validade dos produtos. Todavia, independentemente do tamanho da cadeia de produção, a marca detentora dos direitos autorais é quem deve ser responsável por informar na embalagem a data média de duração. Exemplificando. A marca XY de celular, possui sua sede comercial nos EUA e a confecção física dos aparelhos ocorre em países do oriente. Mesmo que a confecção ocorra do outro lado do planeta, é dever dessa empresa ter as informações do material usado, a montagem, bem como ocorre com segredo de fábrica e afins. Portanto, o responsável por informar o consumidor, deverá ser a marca XY.

Dentro deste contexto, a jurisprudência brasileira vem se posicionando a respeito do assunto. Segundo a relatoria do Ministro Villas Bôas Cueva no Recurso Especial nº 1.787.287/SP (2018/0247332-2), *in verbis*:

RECURSO ESPECIAL. PROCESSO CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. **VÍCIO DO PRODUTO. RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR. TEORIA DA VIDA ÚTIL DO PRODUTO.** ACÓRDÃO RECORRIDO. FUNDAMENTAÇÃO. PRESTAÇÃO JURISDICIONAL. NEGATIVA. AFASTAMENTO. JULGAMENTO EXTRA PETITA. NÃO OCORRÊNCIA. 5. O Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 26, § 3º, ao tratar dos vícios ocultos, adotou o critério da vida útil do bem, e não o da garantia, podendo o fornecedor se responsabilizar pelo vício mesmo depois de expirada a garantia contratual. Precedentes. 6. No caso, os vícios observados nos produtos adquiridos pela recorrente apareceram durante o período de vida útil do produto, e não foi produzida nenhuma prova de que o mau funcionamento dos eletrodomésticos decorreu de uso inadequado pelo consumidor, a evidenciar responsabilidade da fornecedora. (gn)

Verifica-se, então, que ainda que o produto apresente defeito, se estiver dentro do tempo de vida útil daquele bem durável, além disso, é dever do fornecedor o ônus de provar o defeito por dolo ou culpa do consumidor. Assim, no tocante à





obsolescência programada, o STJ manifesta-se sobre dois aspectos: o primeiro deles, sobre a ampla subjetividade nos casos em que a parte recorrente alegou obsolescência programada do bem durável; já o segundo ponto, diz respeito aos poucos casos em que de fato a obsolescência programada foi tema de discussões no Tribunal Superior. Por conseguinte, se faz imprescindível que os legisladores tomem consciência acerca da necessidade de tratar da problemática trazida.

6.2 DIREITO AMBIENTAL

Se os produtos estão durando cada vez menos, para onde vão todos os descartes desses produtos classificados como duráveis? O lixo dos produtos eletrônicos é discussão bastante solidificada quando se fala no tratamento correto dos componentes recicláveis, tóxicos, etc. Além do descarte, discute-se sobre a própria exploração do meio ambiente, quando se trata de matérias primas para a produção.

Segundo o IDEC (2014) numa perspectiva ambiental, pode-se destacar que:

Ainda de acordo com o levantamento, apenas **um a cada seis consumidores descarta os aparelhos**. Destes, a maioria os coloca no lixo reciclável, no lixo comum ou o devolvem à loja em que efetuaram a compra. **Somente a minoria os descarta em pontos de coletas específicos para produtos eletrônicos.** (gn)

Nota-se como a destinação final dos aparelhos também é um tópico fundamental em toda a questão analisada. Ainda de acordo com a pesquisa do IDEC (2.014) chega-se à seguinte conclusão:

De acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos - PNRS, **os fabricantes de algumas categorias de produtos, entre eles os de aparelhos eletroeletrônicos, devem ser responsáveis pelo recolhimento, pela reciclagem e pela destinação adequada de seus produtos, o que caracteriza o processo de logística reversa.**

Apesar de a PNRS já ter sido aprovada há mais de três anos, a tal logística reversa ainda não existe hoje e nada indica que será implementada num futuro muito próximo, já que o acordo do setor de eletroeletrônicos para colocar a medida em prática ainda não foi finalizado. (gn)

Verifica-se, então, que a PNRS estabelece que o produtor é quem deve ser o responsável pelo recolhimento dos resíduos sólidos e, dar a ele, uma destinação de reaproveitamento ou destino útil, sem sobrecarregar o meio ambiente; entretanto isto





não ocorre; não conseguimos ver um movimento, sequer, neste sentido, muito embora a lei preveja esta obrigatoriedade. Seria ineficiência do Poder Público? Ausência de fiscalização? O legislador não deveria impor, por exemplo, às empresas de eletrônicos, celulares e outros, a obrigação de apenas substituir peças nos aparelhos, para que se adequassem às novas tecnologias, ao invés de se impor ao consumidor a substituição integral dos aparelhos? Este é um problema planetário, não é apenas regional. Todas as noções sofrem com este problema: onde colocar o lixo eletrônico? Os lixões estão saturados, os oceanos e desertos, também.

Constata-se a ineficiência da PNRS em obrigar as empresas a fornecer acesso fácil e simples aos usuários e o dever de praticar a logística reversa de forma eficaz. Onde está o erro? Na permissibilidade do Poder Público, na sua passividade? A quem responsabilizar?

Para resolver o problema é necessário um esforço conjunto: uma mudança que une a ação do consumidor, a cobrança por leis de proteção e a transição para um modelo sustentável. Deve-se, ainda, estabelecer ações práticas que incluem adotar o consumo consciente e responsável e priorizar o “direito ao reparo”, apoiado na sustentabilidade e na economia circular⁴.

Neste sentido, preciso educar os cidadãos planetários para realizarem ações individuais, no sentido de minimizar o impacto do consumo através de: 1) práticas de consumo conscientes (antes de comprar, deve-se avaliar se eu realmente preciso do produto ou se posso consertar o que tenho); 2) pesquise antes de comprar (opte por marcas conhecidas pela qualidade, durabilidade e facilidade de reparo, com peças de reposição disponíveis); 3) priorizar o reparo (em vez de descartar um aparelho com defeito, posso consertá-lo ou estender a sua vida útil); 4) mercado de recondicionados (posso comprar aparelhos seminovos, com preços menores e com vida útil suficiente para atender às minhas necessidades); 5) exigir transparência (pressione empresas por garantias mais longas e clareza sobre a vida útil dos produtos, junto ao PROCON - Programa de Proteção e Defesa do Consumidor, que deverá fiscalizar e exigir esta contrapartida das empresas); 6) exigir o Direito ao Reparo (apoie legislações que obriguem os fabricantes a disponibilizar peças de reposição e manuais, permitindo

⁴ “A economia circular é um modelo de produção e consumo que prioriza a reutilização, reparo, renovação e reciclagem de materiais existentes. Ao contrário da economia linear tradicional (extrair, produzir, descartar), ela estende o ciclo de vida dos produtos ao máximo, mantendo-os na economia para eliminar desperdícios e regenerar a natureza”.





que o consumidor conserte o produto de forma independente, ou participe de audiências públicas, neste sentido, estimulando que as universidades busquem trazer o Poder Legislativo e Executivo para discutir essa questão na comunidade, ajudando a promover mudanças estruturais e legais).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A problemática que instigou esta pesquisa foi a de verificar de que forma o Poder Executivo e Legislativo brasileiro poderão minimizar a externalidade negativa gerada pelo fenômeno da “obsolescência programada” que se avoluma dia a dia, diante de um “capitalismo selvagem” que não quer renunciar ao seu lucro constante. Os objetivos desta pesquisa foram atingidos à medida em que se analisou a legislação pertinente ao consumo e a ambiental, as posições doutrinárias e a jurisprudência à respeito da temática.

A conclusão a que se chegou foi a de que a “obsolescência programada” é altamente prejudicial ao meio ambiente, causando contaminação ambiental e diminuição da qualidade de vida do consumidor, além do que, aprisiona o consumidor, obrigando-o a comprar novos produtos (descartando o anterior), pois a reposição de peças não fica mais disponibilizadas para que este atualize os equipamentos que adquiriu; neste sentido, o Poder Público ainda não consegue estabelecer políticas públicas de enfrentamento eficaz sobre esta problemática, para alterar de forma substancial esse modo de produção; logo, é preciso que o consumidor promova a sua autoeducação para optar pela instituto da “economia circular” para pressionar o fornecedor e o Estado, a eliminar do mercado consumerista, a obsolescência programada, pois ela é a principal vilã do desenvolvimento sustentável planetário.

REFERÊNCIAS

AIDAR, Laura. **O mito de Sísifo com resumo e significado**. Site Cultura Genial, 2017. Disponível em: <https://www.culturagenial.com/sisifo-resumo-e-significado-do-mito/>. Acesso em: 28. Abril.2026.

BOAVENTURA, João Pedro Chaves e POZZETTI, Valmir César. **DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E EMPRESA AMBIENTALMENTE RESPONSÁVEL**. Revista DIÁLOGOS POSSÍVEIS; v. 23, Nº 1– JAN/JUN 2024; Pág:





81 -92. Disponível em:
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://revista.grupofaveni.com.br/index.php/dialogospossiveis/article/download/1702/933/5714&ved=2ahUKEwiqxcLA9cCUAxXfE7kGHUIQAIkQFnoECBsQAQ&usq=AOvVaw0coSqtHBpbTxQkXsruY1Ch>; Acesso em: 17. Maio. 2026.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução: Arthur Morão. Lisboa: Arte e Comunicação, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, p. 105.

BAUMAN, Zygmunt. **Vidas para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BEBENDO, Marcos. **Como funciona nossa sociedade de consumo**. Casa do Saber. Youtube. 10 nov. 2015. Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=ElyN2QE_6IY. Acesso em: 22 abr. 2026.

BERGSTEIN, Laís Gomes. **Obsolescência programada: breves notas**. Migalhas. Disponível em: <http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI173165,81042-Obsolescencia+programada+breves+notas>. Acesso em: 07 maio 2026.

BRASIL. **Código Civil**. Planalto. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em: 8 maio 2026.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Planalto. Disponível em:
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 8 maio. 2026.

BRASIL. **Código de Processo Civil**. Congresso Nacional, Brasília/DF: 2015.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 2833, de 2019**. Planalto. Disponível em:
<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/136731#:~:text=Alterar%20o%20C%C3%B3digo%20de%20Defesa,prazo%20estimado%20de%20vida%20C3%BAtil>. Acesso em: 17 fev. 2026.

BRASIL. **Superior Tribunal de Justiça. Decisão Monocrática EREsp 701370**. "RECURSO ESPECIAL - COMPETÊNCIA - AÇÃO DE REVISÃO CONTRATUAL - EMPRESA REVENDEDORA DE VEÍCULOS - DESTINATÁRIA INTERMEDIÁRIA - RELAÇÃO DE CONSUMO - NÃO CONFIGURAÇÃO - CLÁUSULA ELETIVA DE FORO - VALIDADE - DISSÍDIO JURISPRUDENCIAL - SÚMULA 83/STJ. Brasília, DF: Superior Tribunal de Justiça. [2007]. Disponível em:
<https://scon.stj.jus.br/SCON/pesquisar.jsp>. Acesso em: 29 mar. 2026.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Congresso nacional**, Brasília, 1.988.





CAMELO, Murilo M. **Sociedade de consumo e produção industrial em massa: influências na sustentabilidade ambiental.** Revista de Direito da Faculdade de Guanambi, out. 2015. 43-49 p. Disponível em: [file:///C:/Users/gbmachado/Downloads/Dialnet-SociedadeDeConsumoEProducaoIndustrialEmMassa-7065401%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/gbmachado/Downloads/Dialnet-SociedadeDeConsumoEProducaoIndustrialEmMassa-7065401%20(1).pdf). Acesso em 22 abr. 2026.

ROSATI, César e SCALISE, Lígia. **Consumo x Consumismo | Universo Karnal.** São Paulo. CNN Brasil Soft. 28 jan. 2022. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DoEoAC3Fye4>. Acesso em: 21 mar. 2026.

COTRIM, Gilberto. **História Global: Brasil e geral.** 10 ed. São Paulo: Saraiva, 2012, vol. único.

DELANOGARE, Eslen. **Jejum de dopamina: como voltar a ter controle da sua vida.** Cortes Podcast: 10 out. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rsUhDB1XmK4>. Acesso em: 29 abr. 2026.

EMPREENDEDOR, Capital. **A evolução do mercado de crédito no Brasil.** Capital empreendedor, 2021. Disponível em: <https://www.capitalempreendedor.com.br/blog/o-que-e-mercado-de-capitais>. Acesso em: 07 mar. 2026.

FERREIRA, Adriano. **Mandando a real: iPhone 14 é 25% mais caro que o 13, mas não é 25% melhor.** Uol, 14 set. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/09/14/afinal-o-iphone-14-mudou-mesmo-ou-e-so-o-iphone-13-com-outra-cara.htm>. Acesso em: 17 abr. 2026.

GOMES, Wagner Roberio Barros; e POZZETTI, Valmir César. O PRINCÍPIO DA PRECAUÇÃO E O PACOTE DO VENENO: O PROJETO DE LEI Nº 6.299/2002 E AS ESTRATÉGIAS PARA ENFRAQUECER A FISCALIZAÇÃO DOS AGROTÓXICOS NO BRASIL. **Revista de Direito Agrário e Agroambiental**; Porto Alegre | v. 4 | n. 2 | p. 71 – 90 | Jul/Dez. 2018. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.indexlaw.org/index.php/rdaa/article/download/5012/pdf/14629&ved=2ahUKEwiXnMK9iMGUAXVUrpUCHQBK1EQFnoECCIQAQ&usq=AOvVaw2ZwTD8Czc9yJkqPXWxbao>; consultado em 16 maio 2026.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço.** 2 ed. Ampliada. Petrópolis/RJ: Vozes, 2017.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: uma breve história da humanidade.** 45 ed. L&PM: Porto Alegre, 2019.

IDEC - INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Entenda o que é obsolescência programada.** Disponível em: <https://idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/entenda-o-que-e-obsolescencia-programada>. Acesso em: 27 abr. 2026.

IDEC - INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Mais da metade dos equipamentos eletrônicos é substituída devido à obsolescência**





programada. Disponível em: <https://idec.org.br/o-idec/sala-de-imprensa/release/mais-da-metade-dos-equipamentos-eletronicos-e-substituida-devido-a-obsolescencia-programada>. Acesso em: 27 abr. 2026.

INSTITUTO DE PESQUISAS ECOLÓGICAS. **Hoje é o dia da sobrecarga da Terra.** IPE.org, 2 agosto 2023. Disponível em: <https://ipe.org.br/noticias/hoje-e-o-dia-da-sobrecarga-da-terra/>. Acesso em 10 maio 2026.

MACHADO, Bruna. **Obsolescência programada? Apple é alvo de investigações por predefinir duração de seus aparelhos.** Capitalista, 23 maio 2023. Disponível em: <https://capitalista.com.br/obsolescencia-programada-apple-e-alvo-de-investigacoes-por-predefinir-duracao-de-seus-aparelhos/>. Acesso em: 27 abr. 2026.

NOZAK, William. **A satisfação e a frustração na sociedade de consumo.** Casa do Saber. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v2VYGd4et2Q>. Acesso em: 03 maio 2026.

NUNES, Roberta. **Obsolescência programada: tempo certo para morrer.** Jornalismo Científico. Disponível em: <https://cientificojornalismo.wordpress.com/tag/obsolencia-programada/>. Acesso em: 09 maio 2026.

POZZETTI, Valmir César e MONTEVERDE, Jorge Fernando Sampaio. GERENCIAMENTO AMBIENTAL E DESCARTE DO LIXO HOSPITALAR. **Revista Veredas do Direito**, Belo Horizonte, v.14 . n.28 . p.195-220 . Janeiro/Abril de 2017; disponível em: <http://dx.doi.org/10.18623/rvd.v14i28.949>; consultada em 17 maio 2026.

POZZETTI, Valmir César. Os Transgênicos, a Saúde Alimentar e o direito do consumidor. **Anais do XIX Encontro Nacional do CONPEDI**; 2008; Fortaleza/CE Disponível em: http://www.publicadireito.com.br/conpedi/manaus/arquivos/anais/bh/valmir_cesar_pozzetti.pdf; consultado em 16 maio 2026.

POZZETTI, Laura; POZZETTI, Daniel Gabaldi e POZZETTI, Valmir César. A IMPORTÂNCIA DO PRINCÍPIO DA PRECAUÇÃO NO ÂMBITO DA CONSERVAÇÃO AMBIENTAL. **Rev. Campo Jurídico**, barreiras-BA v.8 n.2, p.175-189, Julho-Dezembro, 2020. Disponível em: <https://scispace.com/pdf/a-importancia-do-principio-da-precaucao-no-ambito-da-4bqo92rgoj.pdf>; consultada em 17 maio 2026.

PRESSE, France. **Apple é investigada na França por suspeita de limitar vida útil de smartphones.** Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/05/16/apple-e-investigada-na-franca-por-suspeita-de-limitar-vida-util-de-smartphones.ghtml>; consultada em 17 maio 2026.

RETONDAR, Anderson Moebus. **A (re)construção do indivíduo: a sociedade do consumo como “contexto social” de produção de subjetividades.** Revista Sociedade e Estado, v. 23, n. 1, p. 137-160, jan./abr 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/nvqttKf4ZsZ5zy6ss9V8C7r/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 08 abr. 2026.





SODRÉ, Marcelo Gomes. **Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007, p. 67.

The Men Who Made Us Spend – COMPLETE 1 st Episode. Copyright BBC. Oleg Star. Youtube. 8 abril 2019. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=qBvsvt_xCLA. Acesso em: 07 maio 2026.

