

JESSÉ SANTOS VIEIRA CARVALHO

**O CARÁTER ABUSIVO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA: SUAS  
CONSEQUÊNCIAS E MECANISMOS DE ENFRENTAMENTO**

Palmas - TO

2020

JESSÉ SANTOS VIEIRA CARVALHO

**O CARÁTER ABUSIVO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA: SUAS  
CONSEQUÊNCIAS E MECANISMOS DE ENFRENTAMENTO**

Trabalho de Curso em Direito apresentado como requisito parcial da disciplina de Trabalho de Curso em Direito II (TCD II) do Curso de Direito do Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA.

Orientador: Prof(a). Msc. Fabiana Luiza Tavares

Palmas – TO

2020

JESSÉ SANTOS VIEIRA CARVALHO

**O CARÁTER ABUSIVO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA: SUAS  
CONSEQUÊNCIAS E MECANISMOS DE ENFRENTAMENTO**

Trabalho de Curso em Direito apresentado  
como requisito parcial da disciplina de  
Trabalho de Curso em Direito II (TCD II) do  
Curso de Direito do Centro Universitário  
Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA.

Orientador: Prof(a). Msc. Fabiana Luiza  
Tavares

Aprovado (a) em : \_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof(a). Msc. Fabiana Luiza Tavares  
Centro Universitário Luterano de Palmas

---

Prof(a). [nome e titulação do Professor(a)]  
Centro Universitário Luterano de Palmas

---

Prof(a). [nome e titulação do Professor(a)]  
Centro Universitário Luterano de Palmas

Palmas - TO

2020

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus pelo dom da vida, pela força que tem me dado e pela capacidade para cumprir mais uma etapa que se finda.

Família, meu refúgio terreno, minha gratidão à vocês, pelo amor, carinho e apoio constante. Sou grato pelo investimento em minha educação e obrigado por sempre acreditarem em meu potencial.

Professores, à todos que exerceram esse papel em minha jornada de aluno, meu muito obrigado. Um carinho especial à minha orientadora, Professora Mestra Fabiana Tavares, a escolha do tema em estudo surgiu de seus valiosos apontamentos mencionados em aula. Lhe admiro e sou grato pelo aprendizado, pela compreensão e dedicação que sempre lhe acompanhou.

Amigos, meus companheiros de vida e meus companheiros de jornada acadêmica, agradeço pelo ajuda, incentivo e parceria. O dia a dia na graduação tornou-se mais leve com vocês por perto. À vocês meus agradecimentos.

Muito obrigado!

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis.”

(José de Alencar)

## RESUMO

O presente trabalho aborda o estudo da prática abusiva da obsolescência programada, ainda desconhecida por muitos, e seus reflexos, demonstrando sua forma de atuação, e apresentando mecanismos de enfrentamento. Essa prática é cultivada pela indústria, pelo marketing e por interesses comerciais e está atualmente enraizada nas práticas industriais. A partir dos estudos realizados, verificou-se, que esse artifício ardil age prejudicando o consumidor e causando grandes impactos ambientais. Devido a lacuna na lei, constatou-se que é primordial a inclusão dessa estratégia comercial no rol de práticas abusivas do sistema legislativo pátrio, assim como a implementação de um consumo consciente. Ademais, verifica-se insuficiente e ineficiente os mecanismos existentes, assim o trabalho apresenta outras alternativas de combate a referida prática.

Palavras-chave: Consumidor; Ciclo de vida; Direito; Fornecedor; Meio ambiente; Obsolescência programada; Prática abusiva.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>1 CONSIDERAÇÕES SOBRE SOCIEDADE DE CONSUMO .....</b>	<b>9</b>
1.1 A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NO DIREITO .....	12
1.2 ELEMENTOS CARACTERIZADORES DA RELAÇÃO DE CONSUMO.....	15
<b>1.2.1 Elementos Subjetivos: Consumidor e Fornecedor .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.2 Elementos Objetivos: Produto e Serviço .....</b>	<b>19</b>
<b>2 DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA .....</b>	<b>22</b>
2.1 HISTÓRICO DA PRÁTICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA .....	25
2.2 TIPOS DE OBSOLESCÊNCIA .....	28
<b>2.2.1 Obsolescência de Função .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.2 Obsolescência de Qualidade .....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.3 Obsolescência Psicológica ou de Desejabilidade.....</b>	<b>30</b>
2.3 EFEITOS DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA.....	32
<b>3 MECANISMOS DE ENFRENTAMENTO À OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA</b>	<b>36</b>
3.1 ENTENDIMENTO JURISPRUDENCIAL .....	36
3.2 PROJETO DE LEI N° 3.019, DE 2019. ....	39
3.3 DIREITO À INFORMAÇÃO COMO FORMA DE COMBATE.....	41
3.4 EDUCAÇÃO AMBIENTAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL .....	43
<b>3.4.1 A Política dos 3 R's.....</b>	<b>46</b>
<b>3.4.2 Logística Reversa.....</b>	<b>48</b>
3.5 REPAIR CAFÉ E PHONEBLOKS .....	49
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>52</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>54</b>

## INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea tem passado por grandes transformações, uma delas é o superconsumo, se antes a perenidade e estabilidade eram valores respeitados, atualmente é o novo que instiga o consumo. Nesse sentido, que os personagens da indústria implementam estratégias de mercado visando o aumento dos lucros e vantagens financeiras. Tal motivação não é ilegal, o que a torna assim é a intenção e os mecanismos utilizados nessas estratégias, que se utilizam da redução proposital de vida útil dos produtos, bens e serviços. A essa estratégia, dá-se o nome de obsolescência programada.

Tal prática abusiva, apesar de ser ainda desconhecida, surgiu no século passado, e tem sido utilizada cada vez mais pelas indústrias. Nesse sentido, o presente estudo visa analisar a obsolescência programada e seus reflexos na sociedade, tal como os impactos ambientais, quanto os prejuízos ao consumidor. Divide-se em três capítulos, e cumprindo o seu propósito através de pesquisa teórica conceitual, demonstra os tipos de obsolescência e indica mecanismos de enfrentamento.

A obsolescência possui diversos viés de atuação, se caracterizando quando o fornecedor introduz no mercado um novo produto com uma nova funcionalidade, como também utilizando a criação de fatores mercadológicos, psicológicos ou estratégias de persuasão para exercer influência no consumidor, de modo que mesmo ele possuindo um produto idêntico, passa a considerá-lo menos atrativo e conseqüentemente, o leva a adquirir o novo produto. Há ainda a vertente da obsolescência mais nociva, que intencionalmente emprega mecanismos que reduzem a durabilidade do produto ou que impossibilitam a realização de reparos ou manutenção.

Outro ponto relevante de estudo, será a abordagem dos impactos, sejam eles ambientais e na esfera do consumidor. Diante dos problemas resultantes da obsolescência planejada, surge as indagações quanto as medidas de enfrentamento e se as ferramentas existentes são suficientes e efetivas. Ao longo do presente estudo, estará em análise esse questionamento, buscando-se as respostas pertinentes.

Serão analisados casos concretos, demonstrando os entendimentos jurisprudenciais sobre o tema e que são levados ao poder judiciário, os quais serão utilizados como exemplo para mostrar o caráter abusivo da obsolescência programada. Ademais, em que pese o fato de não haver menção expressa a tal artifício na lei e considerando o sistema de proteção e defesa ao consumidor que foi instituído no Brasil com o advento da Lei nº 8.078/90, denominado de Código de Defesa do Consumidor (CDC) e seu rol exemplificativo de práticas abusivas,



conclui-se que tal estratégia comercial deve ser considerada abusiva e, conseqüentemente deve ser vedada, visto que contraria diversos princípios fundamentais do consumidor.

Nota-se a relevância do tema abordado, visto que trata de uma temática importante na atual conjuntura social e que aborda os interesses da classe consumidora que de maneira constante tem seus produtos violados por esse mecanismo ardil e discute também o viés ambiental, mostrando o quão prejudicado fica o meio ambiente, quanto a implementação de tais estratégias comerciais. Isto posto, notamos a urgência em adotar políticas eficientes no combate a obsolescência, seja na via legislativa, seja na via de conscientização da comunidade.

## 1 CONSIDERAÇÕES SOBRE SOCIEDADE DE CONSUMO

O movimento consumerista se estabeleceu de forma dominante, sobretudo em meados do século XX, com a difusão do modelo de produção capitalista, unido ao fenômeno da globalização. O consumo tem surgido como um dos principais fatores de organização da sociedade atual, uma vez que esta tem sua estabilização firmada no capitalismo, que por sua vez se caracteriza pela exploração do mercado e nesse contexto a busca pela estabilidade financeira dos Estados tem se baseado principalmente na conservação da sociedade no consumo de massa. Nesse contexto, Colin Campbell (2001, p. 33) correlaciona sociedade de consumo e obsolescência programada:

Com a obsolescência programada, à sociedade de crescimento tem em seu poder a arma suprema do consumismo. Aparelhos e equipamentos, desde lâmpadas elétricas aos óculos quebram mais e cada vez mais rápido porque alguma parte está programada para falhar. É impossível encontrar peças de reposição ou alguém para repará-los. E, ainda se nós pudéssemos encontrar alguém para repará-los, seria mais barato comprar um aparelho novo (pois os aparelhos estão sendo fabricados a preços reduzidos devido às condições miseráveis de trabalho no Sudeste Asiático).

De encontro ao exposto, Campbell (2001, p. 60) menciona dois sentidos relacionados ao consumo, sendo o sentido econômico e o sentido social, onde o primeiro consiste em um processo por meio do qual recursos econômicos são esgotados em um método oposto ao da produção e no sentido social ou também chamada de humano, podemos definir que o consumo relaciona-se ao “uso de bens na satisfação de necessidades humanas”.

Por sua vez, segundo Lipovetsky (2007, p. 23), a sociedade de consumo, demonstra ser uma espécie de sistema fechado em torno de si próprio, num movimento de realimentação, criando suas próprias condicionantes. Ou seja, se no passado os indivíduos em seu contexto se encontravam rodeados por outros indivíduos, na atualidade, a cadeia de relacionamento está sendo composta de objetos ou por meio deles. Acrescenta ainda que a expressão “sociedade de consumo” surgiu em 1920 e refere-se a um fenômeno existentes em todas as sociedades há muito tempo, todavia, somente na metade do século XX alcançou a dimensão que temos conhecimento atualmente.

A autora Elizabeth Cavalcante (2013, *online*) que esta sociedade envolvida no consumismo, impulsionou o mercado para que passasse a utilizar produção em série, visando a satisfação do anseio dos indivíduos pelo consumo e para dar uma resposta satisfatória à nova necessidade de distribuição em massa. Como consequência ela acrescenta que o mercado econômico “passa a ser caracterizado por uma cultura de adesão, sem possibilidades

de escolha”. Assim, o consumidor se tornou o cerne da economia contemporânea devido a autonomia que passou a ter no mercado de consumo.

Nesse contexto, Antonio Baptista Gonçalves expõe:

O bem de consumo, que antes fora criado para durar anos, dadas as dificuldades em se obter um novo, agora dava lugar à instantaneidade do consumo e à sublimação do prazer. O avanço tecnológico e a velocidade da informação propiciaram a essa nova sociedade a possibilidade de adquirir produtos continuamente (GONÇALVES, 2012, *online*).

Assim, é importante destacar as características primordiais que compõe esta sociedade de consumo de massas, sendo elas a produção em séries de produtos, onde há um ciclo e vida pré-estabelecido pelo fabricante, a formação de crédito para a massa social consumidora e a influência publicitária imposta com objetivo de fazer a massa consumir o máximo possível. Disso, decorreu o fenômeno da satisfação em comprar ser maior que a satisfação em de possuir o bem ou ter o serviço (McCRACKEN, 2010, p. 43-48). Portanto, podemos depreender desse contexto que o a base para a atividade constante de consumo é a publicidade, crédito e obsolescência.

Toda essa movimentação econômica resultante da atividade consumir, está inserida no chamado mercado de consumo, que nas palavras de Bruno Miragem (2016, p. 158) é:

Espaço ideal e não institucional, onde se desenvolvem as atividades de troca de produtos e serviços avaliáveis economicamente, mediante oferta irrestrita aos interessados e visando, por um lado, à obtenção de vantagens econômicas (por parte dos fornecedores), e por outro a satisfação de necessidades pela aquisição ou utilização destes produtos e serviços (por parte dos consumidores). Trata-se de um espaço não institucional em face de seu caráter não formal e independente de estrutura pré-determinada (o *ser*). Neste sentido, cabe ao direito (o *dever-ser*) ordenar, regular o mercado de consumo, fixando objetivos, limites ou proibições. Todavia, o caráter dinâmico e autossuficiente do mercado, produto de necessidades espontâneas do ser humano, impede que pelo direito seja o mesmo criado ou suprimido, senão apenas regulado.

Isto posto, surge nesse contexto um dos principais personagens da relação de consumo, que é o consumidor, passa a ter a função natural de formador de tendências, onde a demanda do mercado se adapta à sua vontade para a criação da oferta, logo o consumidor é notado como o agente que movimenta a sociedade, tendo como objetivo sua satisfação ou felicidade, conseqüentemente, isso também se torna o objetivo da organização social, pois as marcas e o próprio mercado se movimentam no sentido de satisfazer o comprador.

Resultado disso é que muitos indivíduos compram sem saber a real motivação de suas aquisições, onde as razões pelas quais somos levados a comprar produtos, desejar marcas, frequentar *shoppings* ou escolher determinados serviços, passando uma boa parte de nosso

cotidiano envolvidos com experiências de consumo, são um grande mistério (ROCHA, 2006, p. 85).

Complementando esse debate, Bauman (2007, p. 107-108) chega à conclusão de que, para o consumismo, é essencial estar à frente das tendências lançadas pelo mercado, como meio de obter aprovação necessária dos demais indivíduos que compõem a sociedade de consumo. Ou seja, continuar à frente seria o meio de consolidar o acolhimento do indivíduo como membro do coletivo. Assim, este sujeito sempre estará a procura do novo, de forma constante, visando a substituição daquilo que não está mais à frente.

Portanto, ante o exposto, fica claro que nessa situação consumerista, ocorre uma imposição no sentido de que é necessário aos indivíduos se ajustarem as novidades que surgirem ou que forem estabelecidas no mercado, caso contrário, quem não se sujeita a esse comportamento, serão de certo modo excluídas e marginalizadas pela sociedade de consumo.

Assim, há entendimentos como o de Gonçalves (2012, *online*), de que o ato de consumir seja uma “produção uma felicidade etérea e efêmera, que ilude e abastece a pessoa por um curto espaço de tempo”. Ademais, “no mercado de consumo contemporâneo, não é difícil perceber que busca-se um estilo de vida calcado na identificação da marca ou de grupos de bens que se identifiquem num status econômico” (CAVALCANTE, 2013, *online*).

Nesse prisma, Emerson Coan (2007, *online*):

O consumidor é induzido a querer não o produto ou serviço, ou mesmo a facilidade de vida que ele lhe pode proporcionar, mas principalmente o status social (o "algo mais") de ter o poder de adquiri-lo, a satisfação de fazer parte de uma comunidade de pessoas que adotam tal valor cultural.

Nesse sentido, os autores Claudia Lima Marques e Bruno Miragem, se referindo ao alerta de Zygmunt Bauman, de que “nesta nossa sociedade individualizada e de órfãos do Estado, a exclusão do agente consumidor do mercado passa a significar pobreza”, concluem que o consumo alcança o patamar de símbolo de combate a pobreza, no sentido de que todos tenham o sentimento de inclusão nesta sociedade globalizada pelo consumo, contudo, tendo a percepção de que esta pobreza não é estar desempregado, mas sim, não dispor de crédito no mercado, e muito menos disponibilidade a esta sociedade de consumo, surgem barreiras que a sociedade de consumo estabelece via tendências e ofertas de mercado que se mantêm em constantes alterações (MARQUES; MIRAGEM, 2012, p. 148).

Similarmente, Gisele Taschner (2010, *online*) conclui que o consumismo não tem reflexo apenas no consumo de bens ou serviços, quais sejam materiais ou imateriais, mas também “consumo cultural e social”, visto que de maneira idêntica, o consumidor moderno

visa, no que concerne às compras, não se sentir um ser estranho à sociedade de consumidores a quem pertence, seguindo assim diretrizes disponibilizadas pelo mercado e que resultarão em sua inclusão ou não no seu meio social e acrescenta:

A cultura do consumo, por sua vez, é tomada por nós como a presença generalizada em uma comunidade ou em toda a sociedade, de uma valoração positiva do consumo e de uma predisposição para consumir, particularmente certos itens – os quais variam no tempo e no espaço social.

Assim, conforme exposto, percebe-se que a cultura que leva ao consumismo e que tem um viés de barreira a implementação de políticas conscientes, também tem um viés social ou comunitário, onde essas práticas de consumo alcançam dimensões de acesso a cidadania e de integração social, no que tange ao reconhecimento de indivíduos ou grupos como membros naturais de uma comunidade.

### 1.1 A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NO DIREITO

Inquestionavelmente a sociedade contemporânea está caracterizada intensamente pela crescente do consumo, como resultado vemos que as relações consumeristas estão presentes no cotidiano de praticamente todas as pessoas. Para Zygmunt Bauman (2007, p. 73), a sociedade atual exerce influência sobre as relações econômicas e jurídicas, de tal sorte que “a liberdade de contratar e o princípio da autonomia de vontade, que fundamentavam o direito civil clássico tornam-se insuficientes para assegurar a justiça e o equilíbrio”, por causa da grande influência que o consumismo exerce, assim como da existência de alternativas diversas e múltiplas opções de consumo na contemporaneidade.

Por conseguinte, diante de tais acontecimentos, ficou notável a carência de uma proteção legal por parte dos consumidores, haja vista, que quem tinha o controle de todo sistema mercadológico envolvido na produção de bens e serviços eram os próprios fornecedores. Sob esta ótica, o Direito teve que modificar-se, atualizando-se frente às novas relações contratuais de consumo que surgiam.

A partir disso, nasceu e desenvolveu-se o direito do consumidor, influenciado pelo fato de que o direito em nossa sociedade é construído através do diálogo, e por conseguinte, evolui por meio de uma lógica de criação, sendo o direito, em sua essência, uma construção social e objetivando uma proteção eficiente ao consumidor, e também, buscando um equilíbrio justo entre as partes da relação de consumo (MIRAGEM, 2016, p. 44).

Nesse sentido, os autores Giancoli e Junior (2013, p.23) discorrem que a introdução do direito do consumidor se desenvolveu com a conscientização da sociedade em relação ao consumismo e a necessidade de regular essas relações:

O final do século XIX marca o início do consumerismo (neologismo da palavra inglesa consumerism), o qual não é apropriadamente um movimento social, ou uma ideologia política, mas sim uma tendência de proteção jurídica às relações de consumo que se acompanhou ao longo da história. O consumerismo pode ser visto como uma reação social de conscientização do consumo, o qual permitiu o surgimento de sistemas normativos de proteção. Esta reação decorre do fenômeno social que se desenvolveu progressivamente nos últimos dois séculos: o consumismo.

Na visão da Claudia Lima Marques (2013, p. 25):

O chamado direito do consumidor é um ramo novo do direito, disciplina transversal entre o direito privado e o direito público, que visa proteger um sujeito de direitos, o consumidor, em todas as suas relações jurídicas frente ao fornecedor, um profissional, empresário ou comerciante.

Faz-se relevante, antes, explicar o que de fato se entende pela figura do consumidor no âmbito jurídico pois bem, o artigo 2º, caput, da Lei 8.078/90, define, que “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”, ou seja, ele é a parte vulnerável e hipossuficiente da relação consumerista. Diante destes termos, o objetivo legal foi a proteção do mesmo por ser a parte mais frágil.

A fim de materializar essa proteção, a própria Constituição da República Federativa do Brasil, promulgada no ano de 1988, trouxe expressamente a necessidade da proteção ao consumidor, resultante da realidade da sociedade atual. Conforme versa o artigo 5º inciso XXXII, da referida constituição, *in verbis*:

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

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

Decerto, podemos considerar essa proteção como sendo um tipo de liberdade positiva do Estado, que em outras palavras, pode ser definida como uma liberdade para efetivamente atuar em prol da tutela do consumidor, seja através da criação de leis e normas que verdadeiramente consigam ofertar tratamento diferenciado a esses indivíduos, uma vez que há naturalmente um desequilíbrio nas relações de consumo (GIANCOLI; ARAUJO JUNIOR, 2013, p. 29).

Ademais, além da ênfase sobre o artigo 5º, da Carta Magna, é importante ressaltar a observância do artigo 170 da CRFB/88, que dispõe acerca da ordem econômica, sendo esta,

fundamentada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa. Contudo, a Constituição de 1988 traz expressamente a tutela ao consumidor, como princípio da ordem econômica, dispondo:

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:  
 A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:  
 V - defesa do consumidor;

Semelhantemente, o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), em seu artigo 48, dispôs que no prazo de cento e vinte dias, contados da promulgação da Constituição Federal, deveria elaborar o código de defesa do consumidor. Ou seja, de forma expressa determinou a criação do diploma legal de proteção ao consumidor, reforçando assim a proteção e o compromisso do Estado sobre o consumidor nas relações de consumo. Por consequência, entrou em vigor no Brasil a Lei nº 8.078, no ano de 1990, o chamado Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Na ótica de Bruno Miragem (2016, p. 44), o termo “código” que foi denominado pelo constituinte, indica de forma exata a elaboração de um sistema, consistente em normas organizadas, presença de princípios e regras, voltadas em comum objetivo para a proteção do consumidor ante a relação de consumo.

Já Azevedo (2015, p. 25) apresenta a criação do CDC, da seguinte maneira:

Portanto o CDC nasceu de um ordenamento constitucional e sua origem está na CF, constituindo-se reflexo das transformações tecnológicas, econômicas e sociais do século XX e resultado da vontade do legislador, representante do povo.

Observa-se, assim, que a garantia da proteção e defesa do consumidor localizam-se enraizadas na Constituição Federal, que por sua vez provou-se atenta às diversas transformações do mundo moderno e das relações de consumo.

O CDC é resultado da necessidade, prevista pelo constituinte, de isonomia entre consumidores e fornecedores, essa isonomia por sua vez se caracteriza por tratar e julgar os iguais de forma igual e os desiguais de forma desigual, na medida de suas desigualdades. Em suma, é estabelecer que o consumidor é a parte vulnerável da relação e dessa forma protegê-lo das práticas abusivas utilizadas pelos fornecedores, que são exploradas frente a sua vulnerabilidade e hipossuficiência.

Nesse sentido, Silva (2015, *online*) discorre de forma pontual essa necessidade:

No âmbito do direito das relações de consumo, o fundamento para a proteção do consumidor repousa na desigualdade intrínseca entre os sujeitos das relações consumeristas. Se, no contexto de tais relações, observa-se grande desigualdade entre os indivíduos, impõe-se o reconhecimento de direitos fundamentais em prol dos consumidores, a fim de evitar o predomínio dos interesses do contratante mais forte, os fornecedores.

Outrossim, a criação do CDC tornou possível, conforme demonstra Vieira (2015, *online*), a compilação de normas já existentes, mas esparsas, e a estabilização dos princípios norteadores, por meio do qual a relação de consumo passou a fluir de forma isonômica, superando assim, a relação desigual e desleal preexistente, e que beneficiava apenas aos fornecedores.

## 1.2 ELEMENTOS CARACTERIZADORES DA RELAÇÃO DE CONSUMO

O agrupamento de regras e princípios norteadores existentes no Código de Defesa do Consumidor, são aplicados apenas quando existente um vínculo jurídico de consumo entre consumidor e fornecedor, ou seja, é indispensável que aja a caracterização de uma relação jurídica de consumo para que essas regras sejam aplicadas. O autor Felipe Peixoto Braga Netto (2014, p. 111), entende que para a existência dessa relação, necessariamente deve existir um vínculo entre os sujeitos (consumidor e fornecedor), mas também há de existir um objeto e este deverá ser um produto ou um serviço.

O presente tópico, visa estudar os elementos componentes dessa relação, tais como informados, sujeitos (consumidor e fornecedor) e objeto (produto ou serviço). Conseqüentemente, conhecendo esses elementos, será possível identificar se aquela relação existe é consumerista ou não. Ademais, sendo efetiva a caracterização dessa relação, entra em cena o Código de Defesa do Consumidor, com seus dispositivos responsáveis pela aplicação ao caso concreto e pela tutela desse vínculo. Adiante, será feita uma abordagem das práticas abusivas tipificadas no CDC, com a finalidade de adentrar de forma introdutória no objeto principal deste trabalho, que é a temática da prática da obsolescência programada no âmbito do direito do consumidor.

Sobre a relação de consumo, Miragem (2016, p. 143) aponta que o CDC não trouxe uma definição específica ou detalhada sobre o que seria relação de consumo, mas sim, apresentou conceitos relacionados aos sujeitos e ao objeto da relação jurídica, que são logicamente, as figuras indispensáveis para a aplicação do Código, uma vez que são elementos interdependentes entre si.



### 1.2.1 Elementos Subjetivos: Consumidor e Fornecedor

Conforme já demonstrado, observa-se que a relação jurídica de consumo é composta por sujeitos, que serão necessariamente o consumidor e o fornecedor e pelo objeto, que por sua vez pode ser um produto ou um serviço. Contudo, fica o seguinte questionamento: Quais seriam as definições desses sujeitos, que caracterizam a relação de consumo sobre a qual incide o Código de Defesa do Consumidor? Antes, é relevante ressaltar, que o conceito jurídico de consumidor se divide em duas vertentes, onde a primeira denomina o consumidor como padrão e a segunda como consumidor equiparado

A primeira vertente é a adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, no caput do artigo 2º. Já a segunda vertente que apresenta a figura do consumidor equiparada, tem sua base legal no parágrafo único do art. 2º e arts. 17 e 29, do dispositivo.

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

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

Quanto a primeira vertente, vemos que o Código, limitou esse conceito, ou seja, fica demonstrado que apenas os indivíduos que adquirem o produto ou serviço como destinatárias finais poderão ser consideradas consumidoras, nos termos do CDC. Nesse viés, é possível chegar a uma segunda conclusão, onde as pessoas físicas ou jurídicas que adquirem um produto ou serviço com a finalidade profissional, ou seja, como etapa de cadeia de produção, não seriam assim consideradas consumidoras, conseqüentemente, não estariam tuteladas pelo Código de Defesa do Consumidor.

O autor Garcia (2017, p. 27), extrai do referido artigo 2º, 3 (três) elementos no que diz respeito a definição de consumidor, sendo eles, o elemento subjetivo, que claramente diz respeito a figura da pessoa física ou jurídica; o elemento objetivo, que é ligado a aquisição ou utilização do produto ou serviço adquirido e por fim, o elemento teleológico, que enfoca na finalidade pretendida com o ato de adquirir o produto ou serviço, e que é demonstrado a partir do vocábulo “destinatário final”.

O primeiro elemento, mais precisamente, no que se refere a figura da pessoa jurídica, ainda que expressamente listada pelo CDC, não se encontra pacificada perante a doutrina. Contudo, há vários autores, como exemplo Flavio Tartuce, que concorda com esse posicionamento estabelecido pelo Código, com a condição de que a pessoa jurídica que atua como destinatário final do produto ou serviço, não as utilize como insumos para o

desenvolvimento de suas atividades lucrativas (TARTUCE, 2016, p.85).

No que diz respeito ao terceiro elemento, ainda existem divergências em relação a sua amplitude, tanto é que a doutrina traz duas correntes, são elas: a doutrina finalista ou subjetiva e a doutrina maximalista ou objetiva. A primeira, defende que o conceito de destinatário final deve ser visto sob duas óticas, onde o consumidor precisa ser o destinatário final tanto no ponto de vista fático, quanto do ponto de vista econômico. (TARTUCE; NEVES, 2016, p. 73-74).

Nas palavras de Cláudia Lima Marques (2013, p. 93-94), o destinatário final na teoria finalista pode ser definido como:

Destinatário final seria aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo essa interpretação teleológica, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência – é necessário ser destinatário econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção, cujo preço será incluído no preço final do profissional para adquiri-lo. Nesse caso, não haveria exigida ‘destinação final’ do produto ou do serviço, ou, como afirma o STJ, haveria consumo intermediário, ainda dentro das cadeias de produção e de distribuição. Essa interpretação restringe a figura do consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família, consumidor seria o não profissional, pois o fim do CDC é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável.

Nesse sentido, a destinação fática é relacionada a posição do consumidor na cadeia de consumo, onde ele deve ser o último integrante dela, de tal modo, que depois dele não há nenhum outro indivíduo na transmissão do produto ou serviço. Ademais, a destinação final econômica, pode ser resumida como aquela em que o consumidor não emprega o produto ou serviço adquirido, no desenvolvimento da sua atividade lucrativa.

Em contrapartida a teoria citada anteriormente, tem-se a teoria maximalista, nessa perspectiva ocorre a ampliação da definição de consumidor, onde se engloba tanto a expressão “destinatário final”, que é tratada no art. 2º, caput, quanto ao conceito relativo aos consumidores equiparados, presentes no art 2º, parágrafo único, art. 17 e 19 do CDC. No entendimento de Miragem (2016, p. 157), essa teoria defende que o consumidor será tratado como destinatário fático do produto ou serviço, sem levar em consideração a destinação econômica, sendo suficiente a aquisição ou utilização do produto ou serviço, ficando dispensável a retirada de mercado, bem como a sua reutilização na atividade econômica.

Por fim, quanto ao conceito de consumidor, se extrai do parágrafo primeiro do referido art. 2º do CDC (BRASIL, Lei nº 8.078, 1990) que a definição de consumidor demonstrada por este Código abrange uma perspectiva coletiva, além da individual, nos seguintes termos “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja

intervindo nas relações de consumo.” (FRANCO, 2012, *online*).

Por sua vez, o outro sujeito que compõe a relação jurídica de consumo é o fornecedor. Nesse contexto, o art. 3º do CDC conceitua fornecedor como sendo:

Art. 3: 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.

Ante o exposto na lei, percebe-se que a definição de fornecedor abrange apenas aqueles que estejam envolvidos no fornecimento de serviços e produtos no mercado de consumo, com a finalidade de corresponder as demandas dos consumidores que estejam no exercício habitual do comércio. Resumindo, caso não esteja presente o requisito da habitualidade na atividade praticada, tal sujeito não será percebido como fornecedor (GARCIA, 2017, p.37).

Contudo, é necessário esclarecer que quem atua de forma isolada, ou seja, em um ato único, não pode ser considerado fornecedor nos termos estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor, logicamente, em função do próprio conceito de atividade, que trata-se de uma pluralidade de atos e uma finalidade comum, além da existência de um espaço temporal. Nesse sentido, Tartuce (2016, p. 82) “Na verdade, o que interessa mesmo na caracterização do fornecedor ou prestador é o fato de ele desenvolver uma atividade, que vem a ser a soma de atos coordenados para uma finalidade específica”.

Como exemplificação de casos que não há reconhecimento da figura do fornecedor, o autor supracitado cita a situação do indivíduo que vende eventualmente um veículo, com a pretensão de adquirir outro em seguida. No entanto, a situação seria completamente diferente se esse indivíduo possuísse diversos automóveis de sua propriedade e usualmente os vendesse ao público em geral, pois nessa situação ficaria caracterizado como fornecedor nos termos do CDC, e claramente uma relação de consumo.

Acrescido a necessidade obrigatória de haver desenvolvimento de atividade de forma especialmente profissional, temos o requisito que também deve estar presente, que é o caráter econômico da atividade, ou seja, é preciso que tenha o objetivo de lucro ou vantagens. Contudo, é fundamental esclarecer que o requisito da lucratividade se existente de forma isolada, não caracteriza a figura do fornecedor (GARCIA, 2017, p. 45).

Finalmente, frente as considerações já demonstradas, vale evidenciar que o conceito de fornecedor não é taxativo, conforme mostra o caput do artigo 3º do CDC, visto que este deve ser estudado em conjunto com os conceitos de produtos ou serviços, estabelecidos nos

incisos I e II do referido artigo (MIRAGEM, 2016, p. 165).

Por conseguinte, verificado os elementos subjetivos da relação de consumo, é pacífico a conclusão de que na situação em que não esteja evidenciada a existência da figura do consumidor, sem deixar de lado o caráter de destinatário final apresentado pelo Código de Defesa do Consumidor, e fique provado a inexistência da figura do fornecedor, levando em conta o conceito de atividade típica, atributo adotado pelo CDC, não se pode afirmar que há uma relação de consumo, visto que ambos os elementos listados, são indispensáveis para reconhecê-la. Consequentemente, não havendo relação de consumo, o que existirá será uma relação jurídica comum, onde a tutela não será do Código de Defesa do Consumidor.

### **1.2.2 Elementos Objetivos: Produto e Serviço**

Prosseguindo com as características da relação de consumo, temos os elementos objetivos desta relação, que são os produtos e serviços. As definições legais de ambos estão inseridas nos parágrafos 1º e 2º do artigo 3º do CDC. Com relação ao primeiro versa o Código de Defesa do Consumidor:

3º [...]

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

Percebe-se, que não houve limitação por parte do legislador, no momento de definir o conceito do seria produto. Pelo contrário, houve uma incorporação a esse conceito, abrangendo as diversas formas possíveis e existentes de móveis, como por exemplo, veículos ou objetos em geral, imóveis, sejam eles bens materiais e imateriais, como os softwares de computadores (GARCIA, 2017, p. 40).

Acrescidas as classificações clássicas do direito privado e adotadas pelo CDC, o referido autor menciona que o código de defesa do consumidor também adotou a classificação do produto com base na durabilidade, visando utilizar como parâmetro para efeitos de definição do prazo decadencial no que diz respeito ao direito de questionar vícios existentes.

Nesse sentido de durabilidade “Produto durável é aquele que, como o próprio nome diz, não se extingue com o uso. Ele dura, leva tempo para se desgastar. Pode – e deve – ser utilizado muitas vezes.”. E em oposição, distingue produto não durável, definindo-o como “[...] aquele que se acaba com o uso. Como o próprio nome também diz, não tem qualquer durabilidade. Usando-o, ele se extingue ou, pelo menos, vai-se extinguindo.” (NUNES, 2015, p. 189-190).

Quanto ao segundo elemento objetivo relação jurídica de consumo, denominado de serviço, contempla o parágrafo 2º do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 3º [...]

§ 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.

Desse conceito, notamos o aspecto caráter remuneratório do serviço, ou seja, a necessidade de que o serviço seja realizado mediante remuneração. Contudo, esse caráter não oneroso ao negócio não é absoluto, visto que haverá situações em que o prestador não irá obter vantagens econômicas de forma direta:

De início, cumpre esclarecer que, apesar de a lei mencionar expressamente a remuneração, dando um caráter oneroso ao negócio, admite-se que o prestador tenha vantagens indiretas, sem que isso prejudique a qualificação da relação consumerista. Como primeiro exemplo, invoca-se o caso do estacionamento gratuito em lojas, shopping centers, supermercados e afins, respondendo a empresa que é beneficiada pelo serviço, que serve como atrativo aos consumidores. (TARTUCE; 2016, p.115).

Nesse mesmo contexto: “Assim, alguns serviços, embora sejam gratuitos, estão abrangidos pelo CDC, uma vez que o fornecedor está de alguma forma sendo remunerado pelo serviço” (GARCIA, 2017, p. 40).

Na análise do parágrafo 2º em questão, vemos que o legislador deu enfoque especial de forma expressa aos serviços de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, estabelecendo-os como rol de atividades sobre as quais incide o CDC. Segundo Bruno Pandori Giancoli e Marco Antonio Araujo Junior (2013, p. 49), a explicação para essa inclusão expressa é o caráter protetivo ao consumidor no âmbito das relações de consumo existentes no mercado atual que as atividades acima mencionadas abarcam, de tal forma, que não houvessem dúvidas ou questionamentos quanto a tutela do CDC sobre elas.

No dispositivo estudado, nota-se também que o legislador excluiu da abrangência de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, as relações de caráter trabalhista. Entende-se, que isso ocorre devido a existência de regulação legislativa específica para a solução desses litígios, qual seja a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), com jurisdição e competência a Justiça do Trabalho, de acordo com o disposto no artigo 114, inciso I da Constituição Federal de 1988. Nas palavras de Bruno Miragem (2016, p. 176):

“Por outro lado, a exclusão das relações trabalhistas dos serviços objeto de relação de consumo pelo CDC justifica-se, do ponto de vista formal, pela existência de uma legislação especial, e de mesmo status constitucional para os trabalhadores (direitos fundamentais sociais, artigos 6º e 7º da Constituição da República), bem como de

uma justiça especializada para conhecer e julgar os conflitos daí emergentes (a Justiça do Trabalho)”

Ademais, é relevante demonstrar que estão abrangidos pela legislação consumerista, os serviços *on-lines*, ou seja, aqueles ofertados via internet. Apesar de não haver menção expressa a esses serviços no CDC, é pacífico o entendimento de que eles fazem jus ao conceito de definição demonstrado no referido código. De forma geral, todo o comércio eletrônico, que vai desde a compra e venda de produtos, também a prestação de serviços estão sujeitos às regras de proteção ao consumidor, conforme dispõe o artigo 7º, inciso XIII da Lei nº 12.695, nos seguintes termos:

Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:  
XIII - aplicação das normas de proteção e defesa do consumidor nas relações de consumo realizadas na internet.

Destarte, o estudo dos elementos que caracterizam a relação jurídica de consumo, leva a conclusão de são elementos relevantes e imprescindíveis para que uma relação seja considerada consumerista, e como consequência, seja tutelada e regulada pelo Código de Defesa do Consumidor.

## 2 DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Inicialmente, para melhor entendimento do termo obsolescência, vamos a sua origem gramatical, ele advém do adjetivo obsoleto, que por sua vez é definido como aquilo que deixa de ser usado, por antiquado, ultrapassado ou superado. Como sinônimo da palavra obsoleto, encontramos palavras como arcaico, velho, antigo, etc. Conforme o Dicionário Dicio, é conceituado como “Estado do que está prestes a se tornar inútil, ultrapassado ou obsoleto; processo pelo qual algo passa até se tornar antigo ou ultrapassado; limitação ou redução da vida útil de um mecanismo, objeto ou equipamento, pelo aparecimento de outros superiores ou novos.” (DICIO, *online*).

Isto posto, o tema em estudo, qual seja, obsolescência programada, consiste no uso de técnicas ou artifícios que intencionalmente visam a redução da vida útil dos produtos com o objetivo de estímulo ao consumo repetitivo, uma vez que esse processo de inutilização do produto ou serviço faz com que o consumidor seja obrigado a trocá-lo por outro mais desenvolvido tecnologicamente. Essas técnicas vão desde a aplicação de materiais de qualidade ruim na fabricação do produto até a impossibilidade de realizar manutenção do bem/produto adquirido, uma vez que não há disponibilização de assistência técnica ou peças substitutivas do produto defeituoso. (CORNETTA, 2016, *online*)

Nesse sentido Herman Benjamim (2013, p. 159):

O consumidor é induzido a adquirir um produto ou serviço que, em pouco tempo, será considerado obsoleto, seja porque sua utilidade decai rapidamente, seja porque o fornecedor, intencionalmente, deixou de lhe dar certas características que já conhecia, apenas para lançar um "novo" produto em seguida. E o consumidor queda-se completamente alheio a todo esse processo, embora pagando, por inteiro, seus custos.

No entendimento de Miragem, (2016, p. 325) a obsolescência planejada se caracteriza como uma prática abusiva, que ele entende por:

Toda atuação do fornecedor no mercado de consumo, que caracterize o desrespeito a padrões de conduta negociais regularmente estabelecidos, tanto na oferta de produtos e serviços quanto na execução na fase pós-contratual. Em sentido amplo, as práticas abusivas englobam toda a atuação do fornecedor em desconformidade com padrões de conduta reclamados, ou que estejam em desacordo com a boa-fé e a confiança dos consumidores.

Assim, ante o exposto, a obsolescência programada ocasiona redução premeditada do tempo de vida ou validade daquele produto/serviço, ou da quantidade de vezes que ele poderia ser usado, sem motivo aparente ou justificável para tal prática, a não ser logicamente, a busca pelo lucro.

Segundo Rossini e Naspoli (2017, online), tal estratégia não é recente e nos tempos passados fez com que os produtores e engenheiros alterassem suas formas de trabalhar, uma vez que eles possuíam maquinário e tecnologia para produzir bens com durabilidade alta e de qualidade elevada, mas optaram por abandonar a busca pela durabilidade e qualidade, em virtude da alta rotatividade de produtos e serviços e conseqüentemente maior lucro financeiro, em contrapartida restava uma menor vida útil aos produtos.

No âmbito jurisprudencial, o ministro Superior Tribunal de Justiça (STJ) Luís Felipe Salomão, em um de seus julgados em que foi relator, qual seja, Recurso Especial nº 984.106 - SC (2007/0207915-3), definiu Obsolescência Programada como:

Redução artificial da durabilidade de produtos ou do ciclo de vida de seus componentes, para que seja forçada a recompra prematura. Como se faz evidente, em se tratando de bens duráveis, a demanda por determinado produto está visceralmente relacionada com a quantidade desse mesmo produto já presente no mercado, adquirida no passado. Com efeito, a maior durabilidade de um bem impõe ao produtor que aguarde mais tempo para que seja realizada nova venda ao consumidor, de modo que, a certo prazo, o número total de vendas deve cair na proporção inversa em que a durabilidade do produto aumenta.

A obsolescência programada pode ser considerada, como sendo fruto da sociedade capitalista, uma vez que sua existência serve como estímulo ao mercado capitalista. Silva (2012, online) conceitua que a obsolescência programada, é uma estratégia da indústria que visa o encurtamento do ciclo de validade dos produtos, e como consequência induz o consumidor ou adquirente a substituí-los por novos. Nessa dinâmica, percebe-se como essa prática faz girar a roda da sociedade de consumo. Além disso, ocorre o fenômeno da descartabilidade planejada e consciente por parte dos fabricantes desde a concepção dos produtos. Resumindo, desde o nascedouro, os produtos surgem com a característica de durarem pouco.

Para melhor entendimento e contextualização, temos como exemplo inicial de obsolescência programada, os telefones ou smartphones celulares que usualmente quando atingem em torno de dois anos de uso, começam a apresentar defeitos, quais sejam, relacionados as atualizações de sistema que constantemente aparecem e que dependendo do modelo não são compatíveis, ou que tornem os aparelhos lentos cada vez mais, esse misto de problemas nos aparelhos celulares ocasionam dificuldades no uso, e por fim inutiliza-os, assim resta ao consumidor a opção de novamente exercer o poder de comprar de um produto mais novo ou atualizado (MIRAGEM, 2016, p. 325).

De encontro ao exposto, Fonseca (2017, online) explica:



Isto acontece com a maioria dos produtos que você compra hoje em dia: eles são fabricados especificamente para avariarem, ou durarem pouco. Com isso o fabricante sabe que lhe vai voltar a vender e que você voltará a pagar por um produto que afinal já tinha adquirido. Em muitas situações o produto dura exatamente o tempo que demora a ser pago. Depois simplesmente deixa de funcionar, avaria, ou estraga-se como por milagre.

Em conclusão, obsolescência programada e lucro podem ser caracterizadas como uma via de mão única, se complementam e uma justifica a outra, pois a prática da obsolescência movimenta o mercado de consumo, que por sua vez resulta em lucro aos fornecedores. A ideia de durabilidade nas relações de consumo é visto como inimigo do lucro, pois a criação de produtos duradouros e que tenham a vida útil extremamente longa, logicamente, diminuiria a demanda, ou seja, esse consumidor que outrora comprara demorará muito mais tempo para voltar a adquirir outro, uma vez que o produto que possui tem durabilidade e qualidade de altíssimo nível. Esse cenário desfavorece o fornecedor, pois a venda do produto, seria em média de um por cliente. Fazendo frente a essa situação, aplicaram a estratégia de mercado denominada obsolescência programada, reduzindo a vida útil do produto, movimentando o mercado e aumentando o lucro (CORNETTA, 2016, *online*).

Nesse contexto, o então presidente da *General Motors*, Alfred Sloan (1928, *online*), apresentou o seguinte *slogan* da obsolescência programada, definindo-o como: “um produto que se recusa a desgastar, é uma tragédia para o negócio”.

Assim, está subtendido que tal prática tem um objetivo de predizer a morte precoce do direito de usufruir plenamente do bem adquirido. Assim entende Serge Latouche (2009, *online*), também definindo três ingredientes determinantes e que guardam relação com a obsolescência na sociedade de consumo:

São necessários três ingredientes para que a sociedade de consumo possa prosseguir o seu circuito diabólico: a publicidade, que cria o desejo de consumidor, o crédito, que lhe fornece os meios, e a obsolescência acelerada e programada dos produtos que, renova a sua necessidade.

Nesse mesmo raciocínio, temos o entendimento de ZYGMUNT BAUMAN (2007 p. 31):

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

Fica o questionamento se essa prática de mercado é uma conduta ilícita e abusiva ante o consumidor. Essa discussão é de relevante interesse, uma vez que a sociedade em si é sedimentada na livre iniciativa. Nesse contexto, Bruno Miragem (2016, p. 45):

Não dispões o Estado de Legitimidade para obrigar o fornecedor a produzir, ou o consumidor a adquirir, certos e determinados produtos, ou que tenha sido produzidos de um modo específico. O que é possível é a identificação de deveres específicos, que no caso serão pertinentes à tutela dos interesses dos consumidores (...) exigindo condutas positivas dos fornecedores no sentido de informar (...). A exigência do atendimento a esses deveres e a consequente imputação de responsabilidade no caso de sua violação é o cenário em que se devem movimentar as instituições do Estado e a sociedade civil.

Isto posto, em que pese a lei estabelecer a liberdade de mercado, onde os fabricantes e suas indústrias tem autonomia para escolherem quais produtos poderão colocar no mercado, é necessário que o Estado tenha participação efetiva nesse contexto de modo a regular e evitar que mecanismos abusivos como a obsolescência sejam combatidos.

## 2.1 HISTÓRICO DA PRÁTICA DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Relatos e registros históricos informam que a Obsolescência Programada surgiu por volta da década 20 (vinte), do século XXI, quando fabricantes perceberam que não era vantajoso, em termos financeiros, para o mercado que os produtos fabricados tivessem durabilidade prolongada (DANNORITZER, 2017, *online*).

Um dos casos mais notórios é o relacionado à vida útil das lâmpadas. O documentário “Comprar, Jogar fora, Comprar - A História Secreta da Obsolescência Programada”, de autoria de Cosima Dannoritzer, disponível na plataforma de vídeos YouTube, relata como surgiu a obsolescência programada na indústria de lâmpadas, sendo elas as primeiras vítimas da obsolescência programada e o início da difusão no mundo dessa prática. Isso porque, o produto teve a durabilidade reduzida, a partir de meados da década de 1920, fazendo com a aquisição por parte dos consumidores ocorresse com maior frequência, e em um curto espaço de tempo (DANNORITZER, 2017, *online*).

O documentário mostra que vida útil de uma lâmpada era de cerca de 2500 horas. Contudo, as companhias que integravam o cartel *Phoebus*, composto por fabricantes dos Países Baixos, França e Estados Unidos, reuniram-se em Genebra, em 1924, chegando ao consenso de colocar em prática a estratégia da obsolescência programada, visando reduzir o tempo de vida útil das lâmpadas, estimulando a substituição constante do produto e consequentemente aumentando o lucro (NEVES, 2013, p. 321). Decerto, é que mesmo com capacidade tecnológica para fabricar lâmpadas com a durabilidade usual, o cartel optou por

propositalmente diminuir esse tempo de durabilidade, com o objetivo de aumentar o consumo, fazendo com que elas precisassem ser substituídas de maneira mais frequente.

Certo é que após a referida reunião, o tempo de vida útil das lâmpadas foi diminuído pelo cartel para cerca de 1.000 horas em razão do objetivo de aumento do consumo e, conseqüentemente, de seu lucro (KRAJEWSKI, 2014, *online*). Isso ocasionou, obviamente, a compra de lâmpadas com maior regularidade, por parte dos consumidores. Como é retratado no documentário “um produto que se recusa a se desgastar é uma tragédia para o negócio”.

Nesse sentido, afirma Schröder (2017, *online*):

Em 1879, o americano Thomas Edison inventou a lâmpada elétrica incandescente para acabar com esse perigo. Ela desperdiçava 95% da eletricidade, mas acabou ganhando o mundo – e aí veio a ganância. Na década de 1920, os fabricantes se uniram num cartel e resolveram produzir lâmpadas mais frágeis, que duravam apenas mil horas – 50% menos que a de Edison –, para obrigar as pessoas a trocarem mais.

Ademais, o documentário relata outro exemplo, qual seja, a questão da impressora a jato de tinta, que possuía um artefato para travar o equipamento após uma determinada quantidade de páginas impressas, porém, além de travar, não havia possibilidade de reparo. Outro exemplo diz respeito ao primeiro modelo de ipod da Apple, que foi fabricado com o intuito de que a bateria apresentasse curta duração de uso, coincidentemente, também, sem que fosse possível o seu conserto ou troca. Assim, é perceptível o objetivo que esta prática busca que é a obtenção de lucro das empresas, que já fornecem os produtos sem a intenção de que eles durem um longo período (DANNORITZER, 2017, *online*).

Essa estratégia foi pensada também em Nova Iorque, quando a bolsa de valores quebrou em 1929, pois foi a saída encontrada para impulsionar as vendas no mercado e movimentar o capital, visto que mesmo em meio à crise que ocorria, as pessoas não deixariam de comprar produtos para substituir os defeituosos e fossem indispensáveis no dia a dia. A grande depressão, fez com que não houvesse mais demanda por bens de consumo, a grande procura de tempos passados, se tornou em procura por emprego, tamanha situação de crise existente (ROSSINI; NASPOLINI, 2017, *online*).

O termo obsolescência programada ou planejada surgiu nesse contexto, através de um corretor de imóveis, por nome Bernard London, onde o mesmo publicou um artigo propondo um caminho para solucionar a crise em que o país vivia. Este artigo tinha por nome “Terminando a depressão através da obsolescência planejada”. Nesse artigo, London propôs a existência de uma lei que determinasse um prazo para a vida útil dos produtos, e que logo findo esse prazo, o consumidor fosse até um órgão do governo, devolver este produto, onde

essa devolução traria alguns bônus na compra de um novo produto, dessa forma, não faltaria demanda ao mercado, e resultaria em lucro constante, e também impulsionaria a geração de empregos (SLADE, 2006, p.58).

Ocorre que a sugestão de London foi indeferida pelo governo, mas, anos depois, surgiu uma nova modalidade de obsolescência planejada, do tipo psicológica, nela os próprios consumidores abriam mão de seus produtos, geralmente em perfeito estado, em virtude da sedução sofrida por produtos da moda, que eram mais bonitos e sofisticados, pela simples necessidade de acompanhar o mercado, alimentando cada vez mais um espírito consumista. (SLADE, 2006, p.77).

É relevante o que Rossini e Napolini (2017, online) expõem com relação a isso:

Foi no pós-Segunda Guerra Mundial (2ªGM), com um novo momento de crise econômica, que a obsolescência programada foi realmente colocada em prática, porque representava uma ferramenta que possibilitava alcançar os objetivos da teoria econômica desenvolvimentista: crescimento da economia. Recebeu um conceito adicional, que hoje é conhecido por obsolescência perceptiva, e graças à propaganda os consumidores eram estimulados a desejar produtos novos antes que os antigos atingissem o final de sua vida útil.

Nesse contexto, a partir da segunda metade do século XX, com o avanço do sistema capitalista na sociedade, a economia em ascensão e constante desenvolvimento tecnológico em escala mundial, aliados ao aumento significativo do consumismo, percebeu-se a expansão do fenômeno da obsolescência, a partir da ótica do Marketing. Visto que os meios de comunicação, via informação, propaganda e outras técnicas publicitárias incentivaram a prática do consumo demorado de produtos e serviços com o intuito de satisfazer as necessidades internas dos indivíduos.

A celeridade com que surgem e são divulgados novos produtos e ofertas através da publicidade global é um dos pilares à essa busca incessante pela novidade. A mídia e os meios de comunicação, só se preocupam com uma coisa: as vendas em massa, realizadas de forma célere. Assim sendo verifica-se que a história da obsolescência é moderno, tendo surgido com a finalidade, pois possibilitava o crescimento econômico, evitando assim crises financeiras, porém, sua característica benéfica foi deturpada em prol do lucro, tornando-a atualmente uma prática que é vista de forma negativa, pois não desrespeita o desenvolvimento sustentável e viola a vulnerabilidade do consumidor (CORNETTA, 2016, p. 42-43).

## 2.2 TIPOS DE OBSOLESCÊNCIA

Conforme demonstrado, a obsolescência se materializa com o uso de mecanismos para propositalmente reduzir a durabilidade dos produtos, visando o estímulo ao consumo repetitivo. Contudo, a complexidade dessa prática, está presente nas diversas modalidades que ela surge.

Esse mecanismo que inicialmente se apresentava como do tipo obsolescência de qualidade, como o exemplo já mencionado das lâmpadas, passou a tomar outras formas. Paralelo ao avanço da tecnologia, surgiu novas modalidades de obsolescência, sendo elas: de função, em que ocorre a substituição prematura de um produto por outro que possuía tecnologias mais avançadas. Além dessa, há ainda a do tipo psicológica ou de desejabilidade, cujo característica forte é o apelo estético, visando o apelo emocional que a substituição dos produtos por produtos como nova aparência pode causar (PACKARD, 1980, p. 50). Os subtópicos a seguir analisam cada uma das referidas tipologias.

### 2.2.1 Obsolescência de Função

Nessa modalidade, um produto adquire a característica de obsoleto em decorrência do surgimento de outro produto mais avançado, com melhor tecnologia em sua composição. Esse tipo de obsolescência, nas palavras de Daniel Keeble, (2013, p. 12), se divide em “natural” ou “forçada”.

A obsolescência de função “natural” se evidencia devido ao avanço comum e que é intrínseco ao progresso existente no mercado de consumo. É fruto das pesquisas realizadas e que possibilitam o surgimento de novas tecnologias, e com isso novos produtos mais avançados, com funções melhores e mais utilidades, que por si só tornam-se mais úteis ao consumidor final. Portanto, conforme a sociedade se modifica, se modificam também os produtos, atendendo a novas solicitações do mercado.

Temos diversos exemplos aplicáveis a essa modalidade “natural”, conforme cita Daniel Keeble, como a evolução dos antigos telefones celulares, que inicialmente tinha funções simples como realizar ligações, e atualmente evoluíram para smartphones celulares modernos, com incontáveis funções que facilitam a vida dos seus usuários. Percebe-se que esse tipo de obsolescência é do tipo positiva, pois proporciona benefícios aos consumidores, tornando-se admirável pois em muitas ocasiões traz um produto novo e benéfico ao adquirente, visto que proporciona melhorias úteis em suas funções, comparadas ao produto

anterior. Podemos comparar como a hipótese de um remédio reformulado, cujo uso não trará efeitos colaterais, porém, melhorará, a qualidade de vida dos seus usuários.

Para Packard, (1980, p.55-56) esse tipo de obsolescência é louvável à medida que incrementa a qualidade dos produtos, porém é necessário ficar atento a possíveis manipulações da indústria no que diz respeito à velocidade com que novas tecnologias são lançadas. Ele exemplifica mencionando o ocorrido com a tecnologia de som estéreo, que só chegou ao público consumidor 20 anos após sua criação por questões mercadológicas. Nesse sentido, o alerta de Packard é pertinente na atualidade, uma vez que a indústria continua a desenvolver tecnologia nas mais diversas áreas e aguardar o momento oportuno para lançar as novidades. Esse momento oportuno, no entanto, nem sempre condiz com aquilo que é favorável ao consumidor, mas sim aos interesses da própria indústria.

Com relação a essa modalidade, Moraes (2013, p. 61):

Mostra-se extremamente pernicioso e abusivo, eis que não prima pelo direito do consumidor ter acesso a produtos de melhor qualidade, não observa a máxima ambiental da necessidade de utilização da melhor estratégia disponível, assim como não observa o princípio da sustentabilidade.

Isto posto, a obsolescência de função introduz no mercado produtos com qualidade tecnológica inferior para posteriormente torná-los obsoletos pela introdução de melhorias tecnológicas que já eram conhecidas e estavam sendo desenvolvidas antes mesmo de ser ofertado no mercado.

## **2.2.2 Obsolescência de Qualidade**

Já na espécie obsolescência de função “forçada” ou também chamada de obsolescência de qualidade, há o objetivo por parte do fabricante de diminuir a vida útil do produto, programando desde o seu desenvolvimento, um termo final para que ocorra seu desgaste ou que deixe de funcionar, seja por consequência da utilização de materiais de pouca qualidade na fabricação do produto.

Em relação a esse tipo de obsolescência, temos outro exemplo o documentário “Comprar, tirar, comprar: a história secreta da obsolescência programada”, já mencionado neste trabalho, mostra a situação do nylon, que surgiu nos anos 1940, material altamente resistente e que era utilizado para a fabricação de meias femininas que, no entanto, devido sua excelente qualidade, fazia com que os consumidores as utilizassem por muito tempo, conseqüentemente prejudicava a venda desses produtos. Dessa forma, fornecedores deixaram

de utilizar nylon na produção e introduziram a fabricação de meias com materiais mais fracos, e que em curto espaço de tempo iriam se deteriorar com maior facilidade, em uma clara utilização da técnica da obsolescência programada (DANNORITZER, 2017, *online*).

Ademais, os fornecedores podem atuar de outro modo, trabalhando no sentido de tornar escasso o número de peças para reposição no mercado e substituição e conserto do produto, ou também, fixar que tais peças sejam disponibilizadas apenas pela própria marca ou assistências técnicas autorizadas, isso possibilita que os preços fiquem a livre escolha, sendo que essa escolha geralmente torna os preços bastante elevados. Essa dinâmica dificultosa, desmotiva o consumidor na tentativa de consertar o produto e por fim, faz com que esse consumidor opte pela substituição (PACKARD, 1965, p.122-126).

Nesse sentido, Hildeliza Cabral e Maria Helena Rodrigues (2011, p. 52) posicionam:

Tornou-se excessivamente caro consertar um produto, já que os serviços apresentam um alto custo e as peças de reposição além de caras, muitas vezes são inexistentes, sendo mais viável a aquisição de outra mercadoria para substituir aquela que não estava completamente inútil, mas apenas ultrapassada ou necessitando de pequeno reparo, já que produzida para durar por um período curto de tempo.

Existem outras práticas que se enquadram no conceito de obsolescência programada de qualidade, como por exemplo, o fornecedor que possui uma tecnologia mais avançada para aplicação imediata no produto de forma a melhorá-lo, contudo não o faz, pois o bem anterior ainda tem estoque, e assim espera o estoque acabar para só então lançar a nova tecnologia (COSTA, 2014, p. 234). Fica claro o caráter abusivo frente ao consumidor, pois este, por ser leigo e sem conhecimentos sobre as inovações que o fabricante deixou de aplicar, adquire o produto que logo se tornará obsoletos. Em contrapartida, o fornecedor posteriormente lança mão da nova tecnologia, estimulando e incentivando a classe consumidora a comprá-lo.

### **2.2.3 Obsolescência Psicológica ou de Desejabilidade**

Já a obsolescência por desejabilidade se caracteriza quando o consumidor sofre influência em sua mente, fazendo com que deseje um novo produto, mesmo tendo consigo um produto que atenda suas necessidades. Nessa situação, ocorre o descarte prematuro dos produtos, sendo que estes possuíam qualidade e boa performance, sendo ainda satisfatório ao adquirente (PACKARD, 1980, p.52).

Nessa modalidade, se adotam artifícios que atuam na mudança de estilo dos produtos como forma de manipulação, induzindo os consumidores a comprarem de forma repetida, sem realmente haver necessidade de troca do produto, ou seja, esse mecanismo, ele age na mente

das pessoas. Assim, os consumidores associam o novo a algo melhor ou mais vantajoso, e o velho com algo ultrapassado e sem utilidade. Grande ferramenta na obsolescência psicologia é o design, pois é o responsável pela ilusão causada na criação de um estilo (BAUMAN, 2007, 31).

O primeiro caso relatado desse tipo de obsolescência ocorreu na década de 1920, nos Estados Unidos. Os produtores de carros foram os que começaram a aplicar a estratégia que logo se expandiu para outras indústrias como a de relógios e a de rádios. A indústria automobilística chegou ao ponto de na década de 1960 adotar a mesma política presente na indústria da moda, a de investir no visual, no estilo e design dos produtos para que eles se tornassem sazonais. O objetivo era que os consumidores trocassem de carro a cada dois anos e meio no máximo (PACKARD, 1980, p.79-89).

Por fim, é importante ressaltar que a obsolescência programada ela se distingue da obsolescência tecnológica comum na sociedade atual, pois esta é resultado do avanço tecnológico, e na prática traz vantagens, como por exemplo o caso do telégrafo e do telefone, onde é perceptível que houve avanço, tornando a nova versão mais vantajosa e utilitária (LEONARD, 2011, p. 174).

Em oposição a esse fator positivo do avanço tecnológico, temos a obsolescência programada, que conforme demonstrado, em sua intenção já nasce viciada, pois trata-se de mecanismos usados por fabricantes para diminuir o aspecto da durabilidade dos produtos, ou seja viciam a vida útil do bem, fazendo com que se deteriore fisicamente de forma mais rápida e mais fácil, seja pela implantação de novos produtos com melhores tecnologias, e que induzem no consumidor a ideia de ultrapassado no que diz respeito ao produto que ele tem em mãos e resulta em um desejo de adquirir aquele novo bem, substituindo o antigo.

Ante o exposto, podemos sintetizar os três tipos de obsolescência estudados, com base nos estudos de Packard (1980, p. 24): a) obsolescência de função, ocorre quando um novo produto, devido sua melhor tecnologia, torna ultrapassado um produto já existente, em virtude de executar uma função de forma mais vantajosa; b) obsolescência de qualidade, ocorre quando um produto é planejado para se desgastar rapidamente, contrariando a vida útil que aquele produto teria em condições normais; e c) obsolescência de desejabilidade, ocorre quando um produto se encontra em perfeito estado, mas na mente do consumidor, ele se torna ultrapassado ou antiquado, devido o surgimento de outro produto mais atraente ou com algum requisito que o torne mais desejado que o atual.

Dentre as três categorias de obsolescência programada descritas por Packard, a que aparentemente é mais lesiva ao consumidor segundo ele, é a obsolescência de qualidade,



tendo em vista que por apresentar vício oculto pode representar risco à saúde do consumidor. Se o produto acometido pela obsolescência programada de qualidade irá necessariamente estragar em curto prazo, quer por ter sido produzido com material de qualidade inferior ou de menor durabilidade, resta a insegurança por não saber como ocorrerá o fim dessa vida útil reduzida. A prática de reduzir a vida útil dos produtos intencionalmente utilizando matéria prima de qualidade inferior pode acarretar em acidente de consumo, além de ser uma afronta ao princípio da boa-fé nas relações contratuais.

### 2.3 EFEITOS DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

A obsolescência programada traz consigo efeitos negativos sejam eles referentes ao consumidor, pois viola seus direitos legais, e por girar em torno do consumo desenfreado, causa superendividamento do consumidor em virtude das inúmeras compras realizadas; há também os efeitos negativos no meio ambiente, pois o consumo exacerbado induz ao descarte desenfreado de bens, causando impactos imensuráveis no ambiente; além de esgotar diversos recursos naturais, que são empregados nas fabricações de produtos; há também efeitos aos fornecedores, uma vez que essa prática abusiva afeta a credibilidade deles. (SANTOS, 2017, *online*).

Sob a ótica ambiental, Varela e Carvalho (2016, *online*) assim defendem que a prática da obsolescência planejada impede o pleno desenvolvimento sustentável e também interfere na redução do consumo irresponsável. Esse consumo desenfreado recai de forma destrutiva sobre o meio ambiente, pois este não dispõe de capacidade suficiente a ponto de acompanhar o consumismo atual. É comum o entendimento, de que o consumo atual, da forma que está, inconsciente e desenfreado, é insustentável, visto que a geração de resíduos não-recicláveis é enorme, e além disso, são descartados de forma errônea no meio ambiente. O ideal de desenvolvimento sustentável tem como preceito fundamental, a proteção ao meio ambiente, sem o qual, o desenvolvimento econômico sem respeitar o uso adequado dos recursos naturais, não evitará o colapso do sistema.

Além do explícito impacto ambiental, tal prática torna-se também problema de saúde pública, pois a grande quantidade de resíduos sólidos que são destinados a aterros locais, impactando as comunidades ao redor. Trata-se também de um problema econômico, como já mencionado, leva ao endividamento pessoal dos consumidores, à custa do aumento do crédito para compra de bens e mercadoria. (LEMOS, 2014, p. 74).

Segundo Vieira (2015, *online*), o consumo desenfreado traz consequências desastrosas à sociedade, visto que esgota os recursos naturais e os impactos ambientais causados pelos resíduos descartados, comprometendo o meio ambiente e uma boa qualidade de vida, sendo esses aspectos citados, direitos fundamentais previstos na Constituição Federal da República Brasileira (1988), conforme mostra o artigo 225:

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.

Esse artigo demonstra a necessidade de responsabilização por parte da sociedade como um todo, no que diz respeito ao meio ambiente, mesmo sendo algo a ser usufruído por todos, temos o dever de respeitá-lo, fazendo uso de forma sustentável, visando não apenas o agora e sim o futuro, uma vez que o mundo não se findará em nossa geração.

A importância do consumidor no combate a obsolescência e a preservação é destacado por Fernandes (2016, *online*), onde defende que o dever de conscientização é de todos, desde consumidores até as organizações. São situações cotidianas que tornam-se mecanismos de combate e preservação, como: procurar ter ciência sobre os fabricantes do produto desejado, se estes se importam com o desenvolvimento sustentável, e também procurar verificar a vida útil do produto, de preferência que se adquira um produto com vida útil prolongada, e por fim praticar o ato da reciclagem, e quanto ao descarte, fazê-lo da forma correta.

Para Vieira (2015, *online*) essa estratégia empresarial, tem que findar, caso contrário, o ambiente natural em que vivemos, que já se encontra desgastado, não resistirá a essa constante degradação, sob pena de comprometer a própria sobrevivência dos seres humanos. As indústrias e seus fabricantes tem visado apenas o lucro constante, ignorando o desgaste decorrente da produção de toneladas de lixo desnecessários.

Nesse sentido, Hoch (2016, *online*):

É necessário que se perceba que a natureza não é uma fonte inesgotável de energia e de matéria-prima, bem como não consegue abrigar todos os dejetos produzidos pelas cidades e indústrias, o que impõe que se desenvolva um novo modelo de desenvolvimento e de consumo.

A crescente do lixo eletrônico no atual século é preocupante, sobretudo se analisarmos que obsolescência programada contribui para tal fato, pois o que ocorre é que produtos defeituosos muitas vezes são destinados imediatamente ao descarte, geralmente de forma errada, em virtude da tentativa de conserto se tornar mais onerosa do que a compra de um novo produto.

A autora Gnipper (2017, *online*) escreve sobre os efeitos do descarte de lixo eletrônico:

O descarte indevido de equipamentos eletrônicos favorece a contaminação do solo, da água e do ar, graças a seus metais pesados e substâncias tóxicas, que acabam afetando também plantas, animais e nós, humanos. Metais como chumbo, cádmio, cobre, bromo e níquel fazem parte desses componentes, e uma grande quantidade desses metais no meio ambiente pode causar problemas como feridas, cânceres, doenças respiratórias e demência.

Nesse contexto, chegamos ao seguinte questionamento: compensa uma economia em alta, com lucros constantes, mas com produtos obsoletos e descartáveis de maneira precoce e grande parte da forma errada, em detrimento de um planeta sustentável, com o meio ambiente equilibrado, habitável e benéfico as presentes e futuras gerações? O certo é que no caminho que estamos, as futuras gerações sofrerão os danos decorrentes da sociedade de consumo exagerado que existe nos dias atuais.

Outro reflexo derivado da obsolescência programada diz respeito ao direito do consumidor. Esse direito surgiu como espécie de equilíbrio entre as relações de consumo, que antes eram desproporcionais para a classe dos consumidores. O autor Neto (2018, *online*) ao estudar a obsolescência programada a luz do direito do consumidor observou que mesmo existindo a obrigação na lei do fornecedor oferecer produtos que prezam pela segurança e qualidade, não é possibilitado previamente ao consumidor o exercício deste direito informacional.

Observa-se que as práticas de obsolescência mencionadas, apesar de não estarem expressamente dispostas no Código de Defesa do Consumidor, não deixam de ser violação clara a diversos princípios e fundamentos do sistema protetorial do consumidor instituído no Brasil, de tal forma que podem ser definidas como abusivas pelo CDC, logo, são proibidas e caso sejam colocadas em prática pelo consumidor, são passíveis de reparação por danos:

De encontro ao exposto, Maria Carolina de Melo Santos (2017, p. 51):

[...] é patente o enquadramento da obsolescência no âmbito das práticas consideradas abusivas pelo CDC, em que pese a ausência de dispositivo específico em relação ao tema. Tais práticas representam uma verdadeira dissonância da conduta do fornecedor com o que prima a lei consumerista, caminhando arreadas aos princípios tutelados pelo ordenamento.

Essa prática artil viola o direito do consumidor em pelo menos três formas: seja infringindo o direito à informação devidamente esclarecedora o produto, visto que grande parte deles são postos no mercado com a “validade oculta” aos olhos do adquirente. Viola também o princípio da boa-fé objetiva, como já relatado neste trabalho, a obsolescência reduz

a vida útil dos produtos de forma proposital, tornando-os inutilizáveis ou antiquados, compelindo os consumidores a trocá-lo, favorecendo assim o consumo constante. Por fim, desrespeita a vulnerabilidade do consumidor, fazendo disso uma vantagem no mercado de consumo, pois esse aspecto inerente ao consumidor diz respeito ao seu desconhecimento técnico, jurídico e também a sua desproporcionalidade fática e informacional, assim, facilmente é compelido a comprar sem ciência dos vícios pré-existentes.

Como explica Renner (2013, *online*), a respeito da violação a boa-fé objetiva disposta no CDC:

A abusividade da conduta praticada pelo fornecedor está na frustração do próprio consumidor, que de boa-fé adquire um produto que deve ser durável mas, pouco tempo após a sua aquisição e normalmente depois do prazo de garantia legal, passa a apresentar defeito, seja não funcionando ou funcionando mal e, diante das dificuldades na realização do conserto (seja porque não há peças de reposição, ou as mesmas são mais caras que um novo aparelho, ou mesmo porque há dificuldade no acesso à assistência técnica), o consumidor acaba por descartar o objeto.

Quanto ao princípio da vulnerabilidade, explica o autor Almeida (2015, p.35) que ele é comparado a espinha dorsal, ou seja, é de relevância extrema no contexto de proteção do consumidor, sendo neste princípio a base de toda a linha filosófica do movimento. Almeida refere-se ao consumidor como a ligação mais fraca da relação de consumo, e foi baseado nisso que o legislador usou o CDC como forma legal de equilibrar as relações consumeristas, possibilitando as partes desiguais, um tratamento também desigual, levando em conta as características que assim o tornaram, buscando com isso o ideal de equidade e justiça.

Portanto, ante o exposto, é pacífico o entendimento de que esse artifício utilizado em massa na sociedade atual viola sim os preceitos estabelecidos no CDC, indo de encontro aos princípios protetivos ao consumidor, burlando-os de forma arдил e silenciosa. De forma maléfica, abusa da vulnerabilidade do consumidor, seja ela em aspectos técnicos, jurídicos, socioeconômicos e/ou informacionais em razão aspecto leigo no que diz respeito às características reais produtos existentes no mercado. Ante o exposto, a responsabilidade maior cabe ao Estado, devendo atuar como protetor do consumidor, promover sua defesa, combatendo e punindo os transgressores que utilizam tais mecanismos e promovendo criações legislativas que ampare o consumidor ante a prática da obsolescência programada.

### 3 MECANISMOS DE ENFRENTAMENTO À OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Mediante o estudos e casos apresentados, nota-se que a falta de legislação específica e a fragilidade do CDC quanto a vida útil e a obsolescência programada enfraquece o combate à essa prática, que é cada vez mais presente no cotidiano. Contudo, ainda que a legislação consumerista brasileira não cite expressamente esse artifício como forma de violação ao direito do consumidor, ela se preocupa e dispõe sobre formas de proteção ao consumidor e o seu direito à informação, assim como menciona políticas para combater tais práticas, que são abusivas e desleais. Isto posto, é direito do consumidor ter conhecimento sobre a durabilidade dos produtos, bem como ser protegido contra a prática da obsolescência programada.

Nesse sentido, o Poder Judiciário se apresenta como aliado do consumidor, conforme se nota por meio das demandas consumeristas que tem como o objeto a prática da obsolescência programada. Contudo, além da via judicial, há outras possibilidades de mecanismos de combate e propostas de enfrentamento.

#### 3.1 ENTENDIMENTO JURISPRUDENCIAL

Apesar da não tipificação da obsolescência programada no Código de Defesa ao consumidor, demandas consumeristas sobre o tema já chegaram aos tribunais, sendo já fixadas diversas decisões sobre a durabilidade dos produtos e a responsabilidade dos fabricantes ou fornecedores. Como exemplo inicial, temos recurso inominado julgado pelo Tribunal de Justiça do Estado do Paraná no ano de 2016:

RECURSO INOMINADO ? AÇÃO DE VÍCIO REDIBITÓRIO CUMULADA COM DANOS MORAIS ? FALHA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO ? DEFEITO/VÍCIO DO PRODUTO ? APARELHO TELEVISOR ? OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA - DANO MORAL E MATERIAL CONFIGURADOS ? SENTENÇA REFORMADA. Diante do exposto, resolve esta 1ª Turma Recursal, por unanimidade de votos, conhecer e dar provimento ao recurso interposto, nos exatos termos do voto (TJPR - 1ª Turma Recursal - 0011672-69.2015.8.16.0030/0 - Foz do Iguaçu - Rel.: Aldemar Sternadt - - J. 08.07.2016)  
(TJ-PR - RI: 001167269201581600300 PR 0011672-69.2015.8.16.0030/0 (Acórdão), Relator: Aldemar Sternadt, Data de Julgamento: 08/07/2016, 1ª Turma Recursal, Data de Publicação: 26/07/2016).

Os julgadores tem fundamentado suas decisões não apenas nas disposições do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), mas também nos dispositivos da Constituição Federal (BRASIL, 1988), haja vista o caráter de direito fundamental que envolve as relações

consumeristas. A jurisprudência tem entendido que há o dever do poder estatal de responsabilização pelas ações praticadas contra o consumidor. Conforme entendimento disposto na sentença proferida pelo relator Min. Luís Felipe Salomão, do Superior Tribunal de Justiça, no Recurso Especial nº 984.106:

DIREITO DO CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO E RECONVENÇÃO. JULGAMENTO REALIZADO POR UMA ÚNICA SENTENÇA. RECURSO DE APELAÇÃO NÃO CONHECIDO EM PARTE. EXIGÊNCIA DE DUPLO PREPARO. LEGISLAÇÃO LOCAL. INCIDÊNCIA DA SÚMULA N. 280/STF. AÇÃO DE COBRANÇA AJUIZADA PELO FORNECEDOR. VÍCIO DO PRODUTO. MANIFESTAÇÃO FORA DO PRAZO DE GARANTIA. VÍCIO OCULTO RELATIVO À FABRICAÇÃO. CONSTATAÇÃO PELAS INSTÂNCIAS ORDINÁRIAS. RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR. DOUTRINA E JURISPRUDÊNCIA. EXEGESE DO ART. 26, § 3º, DO CDC. [...] 5. Por óbvio, o fornecedor não está, ad aeternum, responsável pelos produtos colocados em circulação, mas sua responsabilidade não se limita pura e simplesmente ao prazo contratual de garantia, o qual é estipulado unilateralmente por ele próprio. Deve ser considerada para a aferição da responsabilidade do fornecedor a natureza do vício que inquinou o produto, mesmo que tenha ele se manifestado somente ao término da garantia. [...] conforme assevera a doutrina consumerista, o Código de Defesa do Consumidor, no § 3º do art. 26, no que concerne à disciplina do vício oculto, adotou o critério da vida útil do bem, e não o critério da garantia, podendo o fornecedor se responsabilizar pelo vício em um espaço largo de tempo, mesmo depois de expirada a garantia contratual. (STJ – REsp 984.106/SC – Rel. Min. Luis Felipe Salomão – j. 20.11.2012)

É notório o dever estatal de estimular a defesa da parte mais fraca na relação de consumo, conforme se infere do texto da Carta Magna e do CDC, uma vez que há uma desproporcionalidade da classe consumidora ante os fornecedores, bem como já definido pelo diploma legal, quando estabeleceu o atributo da vulnerabilidade ao consumidor. Outro julgado mais recente, do Tribunal de Justiça do Estado do Pernambuco, ano de 2018, demonstra a preocupação das instâncias judiciárias com o mecanismo da obsolescência programada, uma vez que as indústrias se aproveitam da omissão legislativa quanto ao tema, assim com relação aos prazos de garantia, e dessa forma utilizam a estratégia de colocar no mercado produtos que estão planejados para após o fim da garantia, apresentarem defeitos.

RECURSO INOMINADO. DIREITO DO CONSUMIDOR. INCOMPETENCIA DO JUIZO E ILEGITIMIDADE PASSIVA AFASTADAS. RESPONSABILIDADE DO COMERCIANTE/IMPORTADOR. VÍCIO DO PRODUTO QUE SE APRESENTA FORA DO PRAZO DE GARANTIA. VÍCIO DE QUALIDADE QUE IMPEDE A UTILIZAÇÃO DO PRODUTO. VIDA ÚTIL DO BEM. RESTITUIÇÃO DO VALOR PAGO. RECURSO INOMINADO PROVIDO. [...] Note-se que o prazo para

o consumidor reclamar de defeito ou vício oculto de fabricação, não decorrentes do uso regular do produto, começa a contar a partir da descoberta do problema, desde que o bem ainda esteja em sua vida útil, independentemente da garantia [...] a doutrina consumerista tem entendido que o Código de Defesa do Consumidor, no parágrafo 3º do artigo 26, no que concerne à disciplina do vício oculto, adotou o critério da vida útil do bem, e não o critério da garantia, podendo o fornecedor se responsabilizar pelo vício em um espaço largo de tempo, mesmo depois de expirada a garantia contratual. [...] o Judiciário deve combater práticas abusivas como a obsolescência programada de produtos duráveis. (TJPE, Recurso Inominado N° 0028051-18.2017.8.17.820, 3º Gabinete da Quarta Turma Recursal – JECRC, Relator: Carlos Antônio Alves Da Silva, DJ em 29/08/2018).

Esta decisão mostra que apesar da inexistência de previsão na lei, não deixa de ser ilegal a prática da obsolescência, e os diversos julgamentos corroboram nesse sentido. Contudo, as demandas judiciais que surgem quanto a esta prática, muitas vezes são peticionadas como outras condutas que estão dispostas no Código de Defesa do Consumidor, e por isso não são totalmente pertinentes para postular frente à obsolescência programada.

O estudo da jurisprudência firmada sobre o tema, mostra um grande progresso no que diz respeito ao enfrentamento desta prática, pois nota-se que o entendimento jurisprudencial tem sido benéfico a classe dos consumidores, reconhecendo a existência de tal prática, concedendo reparação dos danos causados pelos diversos tipos de obsolescência, reconhecendo a existência da mesma, e demonstrando o interesse do Estado proteger e defender os direitos do consumidor, dessa forma, avança no sentido de implementar essa conduta como mecanismo abusivo contra o consumidor.

Neste prisma, é necessário a criação ou inclusão na lei preceituando a respeito dessa conduta, conforme entende o autor Neto (2018, *online*), é relevante, pois estando disposta na lei, a sensação de proteção é maior, uma vez que há o resguardo às garantias dos consumidores. Ademais, a disposição legal, age como uma conscientização forçada perante o fornecedor, pois fica ciente, que tal prática que está utilizando, viola a lei, e para tal há responsabilização. Isso abre possibilidades positivas, visto que há chance de que os fabricantes revejam seus métodos de fabricação e produção, mudando-os e evitando futuros processos administrativos e judiciais.

Ante o exposto sobre os entendimentos jurisprudenciais, notamos que os casos levados ao tribunal são correspondidos e decididos em prol do consumidor, quando há a efetiva prática da obsolescência programada. Contudo, esse fato não isenta a obrigação de se legislar especificamente sobre a obsolescência programada, pois é relevante do ponto de vista prático, que esta conduta esteja tipificada, impondo também aos fornecedores a necessidade de

informar a durabilidade da vida útil dos produtos, além de adotar mecanismos que aumentem essa durabilidade dos produtos, diminuindo assim a quantidade de lixo produzido.

### 3.2 PROJETO DE LEI N° 3.019, DE 2019.

Bem como já demonstrado a obsolescência programada há algumas décadas vem se fazendo presente, inicialmente usada pelos fabricantes de forma arдил e silenciosa, sem que fosse percebida pelos consumidores e pela sociedade. Contudo, esta prática com o passar dos anos vem sendo descoberta e combatida, como relatado neste trabalho, há inúmeros processos judiciais cujo objeto discutido é esse mecanismo, onde se busca a reparação de danos, seja decorrente de vícios ocultos ou outros defeitos que caracterizam como obsolescência programada, além da efetiva responsabilização dos fabricantes e de todos que se utilizam desse artifício.

Esse avanço jurisprudencial surtiu efeito também na esfera legislativa, onde surgiram projetos de leis objetivando a inclusão dessa conduta no rol de práticas abusivas, além de outras no Código de Defesa do Consumidor. A maioria desses projetos não avançou, e atualmente está em discussão na câmara dos deputados o projeto de lei n° 3.019, de 2019, do deputado federal Célio Studart.

Este projeto de lei visa vedar o mecanismo da obsolescência programada por parte dos fornecedores, reconhecendo-o como uma prática que transgride os princípios da boa-fé, vulnerabilidade e o direito a informação, princípios estes basilares nas relações consumeristas, consequentemente, caso aprovado, a obsolescência programada será enquadrada como prática abusiva. Essa nova proposta, especificamente, pretende modificar o inciso XV no artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor, que traz um rol de práticas abusivas que são proibidas por lei, de modo a incluir expressamente a vedação a diminuição intencional da vida útil dos produtos postos no mercado:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

XV – de qualquer maneira programar a diminuição da durabilidade de produtos expostos no mercado, ou do período de vida de seus elementos, com o objetivo de torná-los obsoletos antes do prazo de vida útil estipulado.

Como justificativa ao projeto de lei, o deputado tomou como base o artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal (BRASIL, 1988), que dispõe: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, como a prática da obsolescência ofende o consumidor, deixando o em desvantagem, pois no ato de aquisição dos produtos, não há a devida



informação quanto às características, quanto à durabilidade, mas sim ações de sedução, dando ênfase a questões de estilo e design, induzindo o cliente a adquirir por motivos fúteis e que posteriormente, virá a tona os defeitos obscuros plantados pelo fornecedor, abusando assim da boa-fé do consumidor com o objetivo do lucro constante. Assim, faz se necessário a integração legislativa sobre a obsolescência programada.

Outra justificativa mencionada é fundamentada no artigo 170 da CF/88, que também propõe a defesa do consumidor, como sendo um princípio geral da atividade econômica e o artigo 55 do CDC, que informa ser dever da União, Estados, Distrito Federal e Municípios a preservação da à vida, saúde, segurança, bem-estar e o direito de informação dos consumidores.

É neste contexto que o referido deputado, defende o projeto de lei, visando instituir a proibição da obsolescência programada no mercado de consumo, ao mesmo tempo em que suprirá a lacuna existente na lei quanto ao tema em questão. Cita também, Celio (2019, pag. 2):

Além de visar proteger o consumidor, a presente propositura objetiva promover uma conscientização em relação à questão do lixo eletrônico que, caso seja descartado de maneira indevida, pode contaminar o meio ambiente. E em decorrência de suas substâncias tóxicas, prejudicar animais e plantas.

Nesse sentido, o autor do projeto apresentou dados relevantes sobre o lixo eletrônico, onde com base no estudo realizado pela Organização das Nações Unidas (ONU), sobre os países com maiores produções de lixo eletrônico, enfatizando que o Brasil é o sétimo maior produtor e pra piorar esse dado estatístico, cita com base na pesquisa feita pelo Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento, que em nosso país, apenas 13% (treze por cento) dos municípios fazem coleta corretamente do lixo eletrônico. Com isso, ele fundamenta a necessidade urgente de atenção do Poder Público nesse sentido, sendo de relevância social a aprovação da lei apresentada quanto à temática da obsolescência programada.

Portanto, as justificativas mencionadas, os fatos narrados, expondo os danos causados pela obsolescência programada contra o meio ambiente e principalmente contra a figura do consumidor, além de que a intenção nesta prática visa apenas o lucro, percebe-se a necessidade de uma legislação efetiva sobre este tema, a fim de que seja restaurado o equilíbrio, equidade e a justiça nas relações de consumo.

### 3.3 DIREITO À INFORMAÇÃO COMO FORMA DE COMBATE

Mecanismo de fundamental importância para o combate a violação de um direito é o conhecimento, atrelado a esse característica, temos o direito à informação, garantia fundamental prevista na CF, em seu art. 5º, inciso XIV da CF e também presente em diversos preceitos do CDC, especificamente, quanto ao direito básico à informação (art. 6º, inciso III), informações sobre riscos (art. 8º e 10º), defeitos na informação (art 12º e 14º) e vícios de informação (art 18º e 20º), sendo dever do fornecedor prestar com clareza e adequação as informações.

Nas relações de consumo, onde existem produtos, mercadorias e bens que fazem parte do movimento da obsolescência programada, nota-se que constantemente o dever da informação é desrespeitado, pois percebe-se que os fornecedores em sua grande maioria escondem propositalmente ou usam de artifícios ardis quanto as informações que devem repassar, principalmente no que diz respeito a vida útil do produto. A partir do momento que isso acontece, demonstra-se a quebra da confiança que é fundamento primordial nas relações de consumo.

Nesse sentido Cavalieri Filho (2011, p.97), explica que o direito à informação é direito do consumidor e cabe ao fornecedor o dever de informá-lo. Esse direito guarda correlação com o princípio da boa-fé-objetiva, que por sua vez se exterioriza na probidade, na correção, na confiança, na transparência, na cooperação, e na lealdade que deve delimitar a relação consumerista.

O código de defesa do consumidor em seu artigo 6º, ao dispor sobre princípios que objetivam estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo, proteger os interesses e garantias da classe consumidora e visa instituir a isonomia entre as partes, expressamente fixou o direito à informação, como sendo um dos mecanismos essenciais no suprimento das vulnerabilidades que acometem os consumidores.

Conforme fixo o legislador no artigo 6º do CDC, que trata dos direitos básicos do consumidor:

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

O direito à informação é a expressão do caráter obrigatório de segurança, tanto no que diz respeito à vida, quanto à saúde do consumidor, pois conforme definido em lei, se presume que o consumidor é leigo e vulnerável nos aspectos científicos, técnicos e informacionais, que

são pertinentes aos produtos ofertados. Assim, foi feliz o legislador ao estabelecer e promover perante o fornecedor o dever de suprir as informações pertinentes e imprescindíveis ao adquirente daquele produto.

O princípio a informação parte do pressuposto de que o consumidor não é possuidor dos devidos conhecimentos pertinentes aos produtos colocados no mercado, por isso o Código de Defesa do Consumidor é enfático na disposição sobre o dever de informar, e vai além ao estabelecer que essa informação passada no momento da venda, tem que possuir os atributos da linguagem clara e adequada, respeitando assim a boa-fé do consumidor.

Na vertente ambiental correlacionada com o dever informacional, entende Pedro Jacobi (2003, online):

Existe, portanto, a necessidade de incrementar os meios de informação e o acesso a eles, bem como o papel indutivo do poder público nos conteúdos educacionais, como caminhos possíveis para alterar o quadro atual de degradação socioambiental. Trata-se de promover o crescimento da consciência ambiental, expandindo a possibilidade de a população participar em um nível mais alto no processo decisório, como uma forma de fortalecer sua co-responsabilidade na fiscalização e no controle dos agentes de degradação ambiental.

Os autores Benjamin, et al. (2013, p. 102) apontam o aspecto vulnerável do consumidor, como sendo o fundamento para os demais deveres do fornecedor, estabelecidos pela lei nas relações consumeristas, entre eles está o direito à informação clara e adequada, além da boa-fé. Isso ocorre devido o fabricante deter o conhecimento específico e minucioso sobre os produtos.

O autor Neto (2018, online) expõe:

Importante perceber que ao estabelecer expressamente a vida útil do produto, o fornecedor cumpre o seu dever informacional, deixando o consumidor escolher se quer um produto longo ou um de desgaste prematuro. A doutrina moderna consumerista compreende que na caracterização do vício oculto considera-se a vida útil do produto, responsabilizando o fornecedor pelo vício por período além da garantia contratual ou legal.

Assim sendo, o autor nos mostra que o encurtamento programado da durabilidade dos bens, sem dá ciência ao consumidor, fere os princípios boa-fé objetiva e da informação. Nesse sentido, a importância do dever informacional reside no poder de escolha do consumidor, visto que uma vez informada pelos fornecedores a durabilidade dos produtos, sem dúvida os adquirentes optaram pelos produtos com maior vida útil e esse posicionamento vai refletir no comportamento das indústrias, que logo serão conduzidas a uma fabricação de produtos resistentes e duráveis e nesse comportamento que temos o objetivo a ser alcançado, qual seja

a redução em grande escala da prática abusiva da obsolescência programada, consequentemente teremos relações de consumo com e o princípio da boa-fé restaurados.

### 3.4 EDUCAÇÃO AMBIENTAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A prática da obsolescência programada, propagada na sociedade atual, que tem no consumo exagerado uma de suas principais características, como uma das estratégias para progresso do avanço econômico, não respeita limites na busca por sua expansão, seja eles na economia, no direito ou na ecologia. O bem-estar do meio ambiente é de grande relevância para a vida em sociedade, sem o qual, as atuais e gerações futuras sofreram as consequências das ações nocivas que foram e estão sendo praticadas contra o meio ambiente. (VARELA; CARVALHO, 2016, *online*).

Na sociedade contemporânea, diversos países, em especial os mais pobres, lidam com problemas ambientais resultantes da constante vigência do que se denomina de consumo de massa. Isso é fruto do incentivo exagerado à necessidade de comprar e consumir cada vez mais, produtos e serviços, sem que de fato haja essa necessidade, e além disso muitas vezes são produtos que em nada acrescentam e que são indiferentes às necessidades básicas individuais. Ao estudar o mecanismo da obsolescência programada e meio ambiente, Bergstein (2014, p. 3) informa que:

Uma das contra-partidas para atenuar os efeitos socioambientais maléficos decorrentes do consumo desmedido e irresponsável da era pós-moderna é, paradoxalmente, a disseminação do consumo, posto que inerente à existência humana em sociedade, mas um consumo que seja consciente das suas consequências e impactos. E isso implica obstar as tentativas de conduzir o consumidor a uma compra artificialmente prematura.

Foi nesse sentido que surgiu o princípio do desenvolvimento sustentável, como sendo uma opção de conciliação entre avanço econômico e diminuição efetiva dos impactos ambientais, beneficiando não somente as presentes, mas também as futuras gerações e ajudando na conscientização de como usufruir dos recursos disponíveis pelo meio ambiente.

Assim define Juarez Freitas (2012, p. 41):

Trata-se do princípio constitucional que determina, com eficácia direta e imediata, a responsabilidade do Estado e da sociedade pela concretização solidária do desenvolvimento material e imaterial, socialmente inclusivo, durável e equânime, ambientalmente limpo, inovador, ético e eficiente, no intuito de assegurar, preferencialmente de modo preventivo e precavido, no presente e no futuro, o direito ao bem-estar.

Aliado na preservação ao meio ambiente frente a obsolescência programada, temos a Política Nacional de Resíduos Sólidos, que foi instituído pela lei nº 12.305/2010, tendo por objetivos a busca pela não geração, redução, reutilização, reciclagem e tratamento dos resíduos sólidos, assim como estabeleceu relevantes mecanismos de combate ao consumismo exagerado e, conseqüentemente ao artifício da obsolescência programada.

A disposição do artigo 225, da CF/88, demonstra a preocupação do legislador com meio ambiente e sua preservação para as gerações atuais e futuras. Também, no artigo 6º da Lei da Política Nacional de Resíduos Sólidos, temos de forma expressa, o desenvolvimento sustentável entre os princípios dessa política:

“Art. 6º - São princípios da Política Nacional de Resíduos Sólidos:  
IV – o desenvolvimento sustentável.”

Já o inciso XIII do art. 3º demonstra de essencialmente a observância ao conceito de desenvolvimento sustentável:

Art. 3º Para os efeitos desta lei, entende-se por:  
XIII - padrões sustentáveis de produção e consumo: produção e consumo de bens e serviços de forma a atender as necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras;

Faz-se relevante a citação dos incisos do artigo 7º da PNRS, devido a sua pertinência temática com a obsolescência programada:

Art. 7º São objetivos da Política Nacional de Resíduos Sólidos:  
II – não geração, redução, reutilização, reciclagem e tratamento de resíduos sólidos, bem como disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos;  
III – estímulo à adoção de padrões sustentáveis de produção e consumo de bens e serviços;  
IV – adoção, desenvolvimento e aprimoramento de tecnologias limpas como forma de minimizar impactos ambientais;  
VI - incentivo à indústria da reciclagem, tendo em vista fomentar o uso de matérias-primas e insumos derivados de materiais recicláveis e reciclados;  
XIII – estímulo à implementação de avaliação do ciclo de vida do produto;  
XV – estímulo à rotulagem ambiental e ao consumo sustentável.

Os objetivos da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) listados acima, mesmo que de forma não exaustiva, servem como fundamento para atenuar a prática da obsolescência programada, com ênfase para a educação ambiental, que é mencionado pela PNRS no artigo 8º, com sendo uma das ferramentas da Política Nacional de Resíduos Sólidos. Mesmo que de forma acanhada, a PNRS traz em entre seus dispositivos a avaliação do ciclo de vida dos

produtos e também a ideia de consumo sustentável, dessa forma estipula a necessidade controle frente ao consumo exagerado, conforme se infere do objetivo de estímulo ao consumo sustentável disposto no inciso XV do art.º 7 da referida lei.

Com relação ao ciclo de vida dos produtos, disposto no art. 3º da PNRS, onde é definido “série de etapas que envolvem o desenvolvimento do produto, a obtenção de matérias-primas e insumos, o processo produtivo, o consumo e a disposição final”, as disposições da legais tornam possível um controle diferente, de forma inversa por parte do consumidor, onde visando o cumprimento da redução, reaproveitamento e reciclagem de resíduos, o adquirente no exercício de compra deve ter informações completas sobre o ciclo de vida dos produtos.

Nesse mesmo sentido defende Patrícia Faga Iglecias Lemos (2014, pag. 36) e exemplifica através do que ela denomina de rotulagem ecológica:

De fato, os consumidores deveriam dispor e processar uma grande quantidade de informação de forma a medir as consequências ambientais do consumo de um ou de outro produto ou de um similar oferecido por uma ou outra empresa, o que depende de informação relativa a todo o ciclo de vida do produto. Daí o cabimento de um mecanismo institucional que permita diferenciar entre ‘o ecológico’ e o ‘não ecológico’, como ocorre com a rotulagem ecológica que funciona em alguns países da União Europeia.

Ante o exposto, é imprescindível o repasse das informações quanto ao ciclo do produto ao consumidor, pois de posse delas, facilita-se ao consumidor a análise dos impactos ambientais, dispostos aqui desde a fabricação até o descarte do produto. Acrescenta Lemos (2014, pag. 36), que o problema ambiental, não é ônus apenas do consumidor, pois no o contexto da compra envolve diversas questões que fogem ao conhecimento do consumidor, como por exemplo, a escolha de produtos enquadrados como “verdes” ou embalagens recicláveis:

Ocorre que, muitas vezes, o consumidor tem um número muito restrito de alternativas, de acordo com a oferta do mercado. Nesse sentido, as disposições legais a respeito da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) permite um controle inverso: a responsabilidade pós-consumo influencia até mesmo na escolha das embalagens e nas informações relativas ao ciclo de vida completo do produto, buscando redução, reaproveitamento e reciclagem de resíduos.

Respeitando os conceitos estabelecidos na PNRS sobre ciclo de vida dos produtos, não restam dúvidas de que todos os envolvidos na cadeia de consumo tem a obrigação comum de preservação ao meio ambiente, pois este meio é bem comum do povo, devendo ser usufruído de forma consciente e sustentável. Para alcançar este objetivo, a Lei 12.305/2010 fixou em seu artigo 3º, inciso XVII a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos,

onde ela deve ser compartilhada entre fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, consumidores e dos titulares de serviços públicos de limpeza urbana e do manejo dos resíduos sólidos. Entre os objetivos dessa responsabilidade compartilhada temos:

Art. 30. É instituída a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, a ser implementada de forma individualizada e encadeada, abrangendo os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, os consumidores e os titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo de resíduos sólidos, consoante as atribuições e procedimentos previstos nesta Seção.

Parágrafo único. A responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos tem por objetivo:

I - compatibilizar interesses entre os agentes econômicos e sociais e os processos de gestão empresarial e mercadológica com os de gestão ambiental, desenvolvendo estratégias sustentáveis; II - promover o aproveitamento de resíduos sólidos, direcionando-os para a sua cadeia produtiva ou para outras cadeias produtivas; III - reduzir a geração de resíduos sólidos, o desperdício de materiais, a poluição e os danos ambientais; IV - incentivar a utilização de insumos de menor agressividade ao meio ambiente e de maior sustentabilidade; V - estimular o desenvolvimento de mercado, a produção e o consumo de produtos derivados de materiais reciclados e recicláveis; VI - propiciar que as atividades produtivas alcancem eficiência e sustentabilidade; VII - incentivar as boas práticas de responsabilidade socioambiental.

As disposições legais acima mencionadas demonstram o temor do legislador nacional em partilhar as obrigações referentes ao ciclo de vida dos produtos, especialmente precauções com toda a cadeia de consumo que os compõem e sua consequente busca de diminuição dos impactos ambientais, sejam eles resultados da produção, quanto do seu posterior descarte.

### **3.4.1 A Política dos 3 R's**

Um dos métodos de conscientização dos consumidores no sentido de educá-los ambientalmente, é a política dos 3 R's, assim chamado devido seus objetos utilizados, que são: reduzir, reutilizar e reciclar. Essa política se utiliza de ações que visam o descarte adequado, que não impacte negativamente o meio ambiente e a diminuição na taxa de desperdício dos produtos colocados no mercado (SILVA; KOMATSU, 2014, online).

Nesse sentido, eles definem os três tipos inseridos nessa política, onde a redução constitui-se como ações que buscam a diminuição da criação de resíduos, atuando em duas frentes, na fonte, através da minimização e no estágio posterior, onde busca a diminuição do desperdício. Nessa modalidade, o ideal a ser praticado é a compra de produtos e serviços indispensáveis a nossa subsistência, deixando de consumir bens ou serviços que em nada acrescenta. Dessa forma, evitam-se desperdícios, por meio do consumo consciente e que reflete positivamente tanto no meio ambiente quanto no econômico (SILVA; KOMATSU, 2014, online).

Quanto ao segundo aspecto, da reutilização, os autores mencionados frisam que essa etapa busca o uso novamente de um produto que já foi utilizado, reaproveitando-o em outras possibilidades ou até mesmo na sua função anterior. Para melhor exemplificação, temos os papeis e as garrafas, o primeiro pode ser reutilizado como cadernetas de rascunho, já o último pode e é muito utilizado como objetos de diversas decorações. No dia a dia, descartamos diversos objetos que ainda possuem utilidade e podem ser reutilizados para outras finalidades. Além do mais, caso não possua mais utilidade para o primeiro adquirente, é aconselhável a doação a alguém que possa usá-lo, ao invés de descartá-lo, fazendo assim, preserva o ambiente do descarte inadequado e ajuda economicamente o donatário.

A terceira ferramenta chamada de reciclagem, segundo Alex Silva e Roberta Komatsu (2014, online) diz respeito a um processo que tem como objeto um material ou produto que sofrerá uma transformação, seja ela física ou química, que resultará na sua reutilização como produto em sua forma originária ou como insumo na fabricação de novos produtos, com diversas finalidades. Ela exemplifica, utilizando pneus velhos e latas de alumínio, o primeiro após sofrer o processo de reciclagem, são utilizados como elementos na composição de asfalto; o segundo exemplo, após essa a transformação mencionada, dão forma a novas latas.

Ante o exposto, a política dos 3 r's é primordial no combate a obsolescência programada, pois trabalha na mentalidade do consumidor, instruindo-o ao consumo sustentável, de forma que ele fique ciente que seu método de consumo pode trazer efeitos ambientes negativos. Esse alerta abre possibilidades de que aja mudança no comportamento e conseqüente mudança no padrão de consumo.

Neste sentido Juarez Freitas (2012, p. 63) demonstra que “a busca da sustentabilidade é um direito e encontrá-la é um dever constitucional inalienável e intangível de reconhecimento da liberdade de cada cidadão(...)”, e acrescenta que “o direito fundamental à sustentabilidade multidimensional, que irradia efeitos para todas as províncias do Direito, não apenas para o Direito Ambiental, de sorte que o próprio sistema jurídico como que se converte em Direito da Sustentabilidade”. Ou seja, ao escolher adquirir um produto ecologicamente correto, o consumidor compreende que tal ato é também um ato de cidadania, e que deve ser compartilhado e conscientizado entre os demais consumidores, buscando o ideal, seja no aspecto ambiental e com menos lixo, seja no aspecto do desenvolvimento econômico sustentável.



### 3.4.2 Logística Reversa

A logística reversa funciona como um forma de educação ambiental dos fornecedores, o termo reversa traduz a ideia de fluxo contrário da logística usual. Enquanto a usual tem na figura do consumidor o destinatário final do produto comercializado, e desta forma cabe a ele a função do descarte deste produto, seja ela da forma correta ou não, a reversa atribui a figura do fornecedor o dever de recolhimento dos produtos considerados inutilizáveis, obsoletos, defeituosos ou inúteis, frente ao seus clientes e prosseguir com o remanejamento para tratamento adequado desses produtos, seja via reutilização, reciclagem ou demais meios de processamento (LOFTIMATOS, 2009, p. 289).

No entendimento de Goto (2007, p. 262), esse mecanismo de combate a obsolescência programada, atua na restituição de embalagens e produtos na fase pós-utilização, visando o descarte inadequado no meio ambiente, dessa forma diminui a geração do resíduos na fonte, privilegiando a reutilização, a substituição e a reciclagem de materiais, sempre levando em o posicionamento de cadeia: do ponto de consumo ao ponto de origem.

O autor Roberto Gärtner (2011, p. 5) assim define Logística Reversa:

Podemos então definir que a Logística Reversa é um processo que envolve planejamento, implementação, controle do fluxo de matérias-primas, estoque em processo e produtos acabados, do ponto de consumo até o ponto de sua origem, com o objetivo de realizar um descarte adequado.

O referido autor cita como exemplo de Logística Reversa as empresas de gás de cozinha, ou de galões de água, havendo a necessidade do botijão de gás e do galão para que haja o reabastecimento. Assim, os clientes necessitarão comprar um botijão ou um galão abastecido, devendo entregar os mesmos vazios para serem reabastecidos e pagando apenas pelo conteúdo, no caso, o gás e a água.

Quantas as vantagens da Logística Reversa, Patrícia Guarnieri (2016, online) subdivide-as em quatro: vantagem econômica e financeira, vantagem legal, vantagem ambiental e vantagem de imagem corporativa. Onde a primeira, tem relação com o retorno financeiro que as empresas que implementam esse mecanismo recebem. Como exemplo ela cita, a economia e lucros obtidos quando ocorre o reaproveitamento de materiais, através do uso de embalagens retornáveis, e também através da venda dos resíduos no mercado secundário, além do valor menor pago ao comprar matéria prima reciclada, em vez de matéria-prima pura.

Quanto a vantagem legal, Guarnieri a menciona no sentido de avanço das legislações concernentes ao meio ambiente, onde a lei tem efetuado uma fiscalização mais rígida frente

ao desenvolvimento sustentável, penalizando e obrigando diversas empresas a se adequarem as modificações ambientais legais. Assim, as empresas que implementam a LV, além de retornos ambientais e econômicos, escapam de sofrer essas penalidades, obtendo assim, um valor legal.

Por sua vez, a vantagem ambiental segundo Patrícia, diz respeito a contribuição de preservação ao meio ambiente, visto que a LV atua com o objetivo de resolver os problemas relacionados ao descarte inadequado dos resíduos sólidos no meio ambiente, visando a redução da poluição e os desperdícios, usando como ferramentas de apoio a reciclagem, a reutilização de materiais, a recuperação de produtos e o desenvolvimento de embalagens retornáveis.

Por fim, Patrícia Guarnieri, menciona a vantagem de imagem corporativa, essa vantagem se caracteriza pelo diferencial enquanto empresa que utiliza o método da Logística Reversa, em contrapartida as empresas que não utilizam. Na situação atual, em que a durabilidade dos produtos é cada vez menor, paralelo a busca pelo desenvolvimento sustentável, é imprescindível as empresas possuir processos de logística reversa, pois torna-se um diferencial positivo em relação aos concorrentes, pois os clientes no processo de escolha dos produtos tem levado em conta o caráter ambiental que determinada empresa adota, influenciando assim poder de escolha.

Dentre os principais motivos que enfatizam a importância da implantação da Logística Reversa nas organizações, Gärtner (2011, p. 14) destaca:

O alto grau de desenvolvimento tecnológico, fazendo com que em pouco tempo o produto se torne obsoleto, forçando as empresas a estarem não apenas atentas quanto aos seus planejamentos, visando não apenas evitar acúmulos, mas também eliminá-los da maneira menos custosa.

Portanto, neste prisma, Gartner aborda que a má gestão do lixo gera inúmeros danos ao meio ambiente, além de comprometer seriamente a qualidade de vida das pessoas, animais e do planeta. Visando combater, surge a logística reversa, que existe para implementar e gerenciar o fluxo de matérias-primas que são gerados pela cadeia de distribuição.

### 3.5 REPAIR CAFÉ E PHONEBLOKS

O Repair Café, em português Café de Reparo, é um mecanismo que surgiu em Amsterdã, na Holanda, por Martine Postma. Esse mecanismo se resume em reuniões gratuitas que giram em torno de reparos, onde os participantes consertam de forma gratuita produtos

defeituosos, quebrados, etc., combatendo assim a prática da obsolescência programada. No local onde ocorre o Repair Café, os voluntários têm disponíveis ferramentas e materiais para realizar todos os reparos possíveis, sejam em roupas, móveis, eletrodomésticos, bicicletas, brinquedos, etc. (HYPENESS, 2014, online).

Segundo a idealizadora desse movimento, foi pensando em uma alternativa à obsolescência planejada que surgiu esse método. Devido a essa prática abusiva, o reparo deixou de ser uma opção pra muitas pessoas, nesse sentido essas reuniões possibilitam o conserto desses produtos, recuperando a utilidade dos itens por mais tempo e evitando que sejam jogados fora. Há também o caráter de conscientização, pois as pessoas aprendem a ver suas coisas de uma maneira diferente, atribuem valor novamente e contribuem para uma sociedade sustentável.

Martine fundou a Fundação Repair Café e desde 2011, essa fundação oferece suporte profissional aos voluntários em casa e no exterior que desejam iniciar um Repair Café. Esse mecanismo atualmente alcançou proporções mundiais, comprometido com a preservação do conhecimento de reparo na sociedade e com produtos mais reparáveis. Além da Holanda, existem também Cafés de reparação na Bélgica, Alemanha, França, Reino Unido, Estados Unidos e em dezenas de outros países ao redor do mundo.

No Brasil a ideia ainda é pouca difundida, existente apenas um único Repair Café, que acontece através da Agência Nacional de Desenvolvimento Eco-Social e fica em Santos (SP). Ante o exposto, a ideia é uma alternativa interessante de enfrentamento a obsolescência programada, visto que apresenta soluções pra alguns dos reflexos dessa prática abusiva, como o descarte prematuro dos produtos, a falta de assistência técnica ou a manutenção onerosa nas opções existentes (REDAÇÃO HYPENESS, 2014, online).

A segunda alternativa inovadora e pouco utilizada é denominada de Phonebloks e é voltada especificamente para os aparelhos celulares. Esse projeto foi criado pelo designer holandês Dave Hakkens, e visa a criação de um celular em módulos, ou seja, constituído em blocos, cada qual com sua função, seja como câmera, processador de dados, antena ou displays, etc. Segundo o criador do conceito: “Um smartphone dura apenas poucos anos, antes de se quebrar ou se tornar obsoleto. Embora muitas vezes haja apenas um componente quebrado, jogamos tudo fora, já que é quase impossível consertá-lo ou atualizá-lo” (Hakkens, 2013, *online*).

Dessa forma, a dinâmica de blocos, possibilita a substituição do bloco defeituoso, aproveitando os demais blocos em boa qualidade que o aparelho possui, aumentando a durabilidade daquele produto e evitando a troca ou descarte do aparelho completo, prática

muito comum na sociedade atual em que as diversas práticas abusivas da obsolescência programada se apresentam.

Conforme os fatos narrados, a iniciativa do Repair Café e dos Phonebloks, surgem como alternativas de enfrentamento a prática estudada no presente trabalho. Apesar de pouco difundidas e utilizadas, tornam-se opções juntamente com as demais apresentadas, de combate a esse mecanismo artil, que causa danos ao meio ambiente e viola os direitos do consumidor.

## CONCLUSÃO

A análise do mecanismo da obsolescência programada, mostra que essa prática surgiu e se desenvolveu na mesma proporção em que a sociedade se reorganizou, avançou e trouxe novidades tecnológicas. Contudo, essa estratégia se mostrou como uma ferramenta da indústria e de busca pelo lucro, desvirtuando o caráter de atendimento as necessidades humanas.

Nesse sentido, a oferta superou a quantidade que o mercado era capaz de corresponder, conseqüentemente a obsolescência programada foi a estratégia encontrada para socorrer a economia, visto que os produtos seriam intencionalmente programados para ter um ciclo de vida útil menor. Entrou em cena a figura do consumidor, como sendo massa de manobra em favor dos interesses econômicos dos fornecedores, o que ocasionou o desenvolvimento do modelo de sociedade, denominado Sociedade de Consumo.

Constatou-se que a Obsolescência Programada é de fato uma prática abusiva, que resulta em conseqüências negativas individuais e coletivas. No âmbito individual, e também econômico, leva o consumidor a adquirir um novo produto, pois o produto que ele tem em mãos é defeituoso e esse defeito vem da fonte, visto que foi fabricado com esse objetivo. Ademais os fornecedores, se beneficiam da vulnerabilidade do consumidor para colocarem no mercado produtos com data de validade fixada. Em posição contrária, o consumidor desconhece esse mecanismo, e leigo no assunto, ignora a busca de seus direitos, ocorrendo assim a violação a vulnerabilidade jurídica, e também ao princípio da informação.

Verificou-se também a violação a vulnerabilidade ambiental, uma vez que o consumo exagerado leva ao descarte inadequado e ao acúmulo de lixo, ferindo a coletividade, e, por conseguinte, atinge a esfera coletiva. Não obstante, analisou-se mecanismos dispostos na legislação ambiental que atuam na forma de combate, como princípios e políticas que objetivam diminuir os danos que a prática em estudo pode ocasionar ao meio ambiente

Além disso, o estudo do fenômeno da obsolescência programada possibilitou compreender o sistema do direito do consumidor e a forma como o ordenamento jurídico brasileiro corresponde a temática, analisando também os mecanismos legais, como à proteção constitucional voltada para o consumidor e os princípios que norteiam as relações de consumo e a incidência do Código de Defesa ao Consumidor no caso concreto.

Dessa análise dos mecanismos legais, verificou-se que há lacuna na lei quanto a menção expressa a prática da obsolescência programada, assim ainda não há nenhuma legislação que especificamente trate acerca da obsolescência programada. Isto posto, no caso concreto, cabe ao

intérprete do direito analisar os princípios da Lei Consumerista e estabelecer se tal prática empregada pelo fornecedor se enquadra como abusiva.

Com o objetivo de enfrentar a prática da obsolescência, foram destacadas algumas alternativas de combate, como por exemplo, o direito a informação, a educação ambiental, os instrumentos da Política Nacional dos Resíduos Sólidos, a logística reversa e outros métodos pouco difundidos no Brasil, como o Repair Café e os Phonebloks. Além desses, é importante ainda o Judiciário manter-se atento a esse mecanismo no concernente as demandas consumeristas e combater com os dispositivos legais capazes de aplicação, uma vez que os fabricantes se aproveitam da inobservância legal de tipificação desta prática, e colocam no mercado itens com data certa para se tornarem obsoletos.

Assim, conclui-se diante de todo exposto que é relevante e necessário uma maior compreensão acerca da consciência nas relações de consumo por parte dos participantes da cadeia de consumo, bem como da população em geral, tendo em vista que o Código de Defesa do Consumidor é omissivo em relação à obsolescência programada, não tratando de maneira específica esta conduta, e conseqüentemente torna dificultosa a fiscalização eficiente que possa diminuir esta estratégia bastante difundida atualmente.

Ante a relevância temática, é evidente a prática abusiva contra o consumidor, tendo em vista os casos já julgados e que resultaram em provimento em prol da figura do consumidor e expressamente condenaram a prática da obsolescência. Contudo, não deixa de ser relevante e necessário a aprovação do presente projeto de lei, que atualmente tramita na Câmara dos Deputados, tornando mais eficiente a defesa e proteção ao consumidor, bem como a implementação constante dos demais mecanismos de enfrentamento estudados no presente trabalho.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista De. **Manual de Direito do Consumidor**. 6. Ed. Rev. E Atual. — São Paulo: Saraiva, 2015.

AZEVEDO, Ney Queiroz de. **Direito do consumidor**. 1 ed. Curitiba: Editora InterSaberes, 2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: as transformações das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Lonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5ª Edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BERGESTEIN, Laís. Obsolescência programada: prática abusiva no mercado de consumo. **Cadernos Jurídicos**. nº 55, outubro de 2014, p. 01-03.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto: Juarez de Oliveira. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990.

BRASIL. Congresso. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 3.019 de 2019. Dispõe sobre proibir que os fornecedores de produtos ou serviços exponham no mercado de consumo itens com obsolescência programada. Deputado Célio Studart (PV/CE). Brasília, 19 de jun. 2019. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2204119>>.

BRASIL. Lei nº 12.305, de 02 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 03 ago. 2010. Disponível em < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm) >. Acesso em 17 abril 2020.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Distrito Federal. REsp nº 984.106/SC, Acórdão 2007/0207915-3, Plenário, Min. Luis Felipe Salomão. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/dl/cdc-protoger-consumidor-obsolescencia.pdf>>. Acesso em 08 mar. 2020.

DANNORITZER, Cosima. Obsolescência Programada - **The Light bulb Conspiracy** - Documentário Dublado. 2017. (52m17s). Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=H7EUyuNNaCU> >. Acesso em: 14 mar. 2020.

CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor. **Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**. Porto Alegre: Magister, vol. 7, nº 42, dez. 2011/jan. 2012, p. 35-58. Disponível em: < [http://www.lex.com.br/doutrina/22860424/A\\_OBSOLENCIA\\_PROGRAMADA\\_NA\\_PERSPECTIVA\\_DA\\_PRATICA\\_ABUSIVA\\_E\\_A\\_TUTELA\\_DO\\_CONSUMIDOR.aspx](http://www.lex.com.br/doutrina/22860424/A_OBSOLENCIA_PROGRAMADA_NA_PERSPECTIVA_DA_PRATICA_ABUSIVA_E_A_TUTELA_DO_CONSUMIDOR.aspx) >. Acesso em: 16 mar. 2020.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Tradução de Mauro Gama. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAVALCANTE, Elizabeth Nantes. O consumidor e a livre-iniciativa: perspectivas de um mercado de consumo contemporâneo na realidade democrática atual. **Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**, Porto Alegre, n.48, dez. 2012/jan. 2013, p.74. Disponível em: <[http://lex.com.br/doutrina\\_23956198\\_O\\_CONSUMIDOR\\_E\\_A\\_LIVRE\\_INICIATIVA\\_PER\\_SPECTIVAS\\_DE\\_UM\\_MERCADO\\_DE\\_CONSUMO\\_CONTEMPORANEO\\_NA\\_REALIDADE\\_DEMOCRATICA\\_ATUAL.aspx](http://lex.com.br/doutrina_23956198_O_CONSUMIDOR_E_A_LIVRE_INICIATIVA_PER_SPECTIVAS_DE_UM_MERCADO_DE_CONSUMO_CONTEMPORANEO_NA_REALIDADE_DEMOCRATICA_ATUAL.aspx)>. Acesso em: 12 fev. 2020.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2011.

COAN, Emerson Ike. Direito da comunicação social, publicidade no sistema de crédito e cultura ao consumidor. **Revista dos Tribunais**. São Paulo, v. 96, n. 860, jun. 2007, p. 48 e ss. Disponível em: <<https://epm.tjsp.jus.br/Artigo/Acervo/2918?pagina=38>>. Acesso em 20 fev. 2020.

COMUNICADO DE IMPRENSA nº 61/2013, do Comitê Econômico e Social Europeu à Sociedade Civil, Outubro de 2013. Disponível em: <[http://europa.eu/rapid/press\\_release\\_CES-13-61\\_es.htm](http://europa.eu/rapid/press_release_CES-13-61_es.htm)>

CORNETTA, William. **A obsolescência como artifício usado pelo fornecedor para induzir o consumidor a realizar compras repetitivas de produtos e a fragilidade do CDC para combater esta prática**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/19874/2/William%20Cornetta.pdf>>. Acesso em 03 mar. 2020.

COSTA, Ícaro Oliveira. A responsabilidade civil dos fornecedores de bens de consumo duráveis diante da prática da obsolescência programada. Proteção do consumidor diante dos problemas dos produtos e serviços: o que fazer quando quebram ou deixam de funcionar as coisas? **Paginoe**. Salvador, 2014, p. 229-277.

FERNANDES, Matheus Soares. Gestão do lixo nas empresas lojas de informática nos municípios de Espigão d'Oeste e Pimenta Bueno/RO. 28 f. **Trabalho de conclusão de curso (bacharelado em administração) - universidade federal de Rondônia**, Cacoal, 2016. Disponível em: <<http://www.ri.unir.br/jspui/handle/123456789/1660>>. Acesso em: 27 mar. 2020.

FONSECA, João Ledo. Obsolescência Programada. **Dreamfeel**. [s.l.] abril 2017. Disponível em: <<https://dreamfeel.wordpress.com/2017/04/04/obsolescencia-programada/>>. Acesso em: 10 mar. 2020.

FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor: fenômeno social que merece regulamentação legal. **Revista do Instituto do Direito Brasileiro**. Lisboa, ano I, nº 10, 2012. p. 6034-6053. Disponível em: <[http://www.cidp.pt/revistas/ridb/2012/10/2012\\_10\\_6033\\_6053.pdf](http://www.cidp.pt/revistas/ridb/2012/10/2012_10_6033_6053.pdf)> Acesso em 26 de fev. 2020.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro**. 2ª Edição. Belo Horizonte: Fórum. 2012.



GARCIA, Leonardo Medeiros. **Código de defesa do consumidor comentado: artigo por artigo**. 13ª ed. Salvador: Editora Juspodivm, 2017.

GARTNER, Roberto. **Logística reversa**. 2ª Edição. Indaial: UNIASSELVI, 2011.

GIANCOLI, Brunno Pandori; ARAUJO JUNIOR, Marco Antonio. **Difusos e coletivos: direito do consumidor**. 4 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

GNIPPER, Patrícia. Uma análise da obsolescência programada e o acúmulo de lixo eletrônico no mundo. **Canaltech**. 19 out. 2017. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/produtos/uma-analise-da-obsolescencia-programada-e-o-acumulo-de-lixo-eletronico-no-mundo-102156/>>. Acesso em 28 mar. 2020.

GONÇALVES, Antonio Baptista. A degradação da globalização e a felicidade artificial do consumo: um olhar crítico sobre o humanismo ante a crise econômica. **Repertório de Jurisprudência IOB: Civil, Processual, Penal e Comercial**. São Paulo, v. 3, n. 13 jul. 2012, p. 472. Disponível em: <<http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/bauman/article/view/1651>>. Acesso em: 13 fev. 2020.

GOTO, André Kenreo. **A Contribuição da Logística Reversa na Gestão de Resíduos Sólidos: Uma Análise dos Canais Reversos de Pneumático**. 2007. 262 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário Nove de Julho, São Paulo, 2007.

GUARNIERI, Patrícia. Vantagens com a Implementação da Logística Reversa. **Apoio Ambiental: soluções ambientais sustentáveis**. Notícia, 2014. Disponível em: <<http://www.apoioambiental.com.br/noticia.aspx?id=MTEz>>. Acesso em: 26 abril 2020

GUARNIERI, Patrícia; CHRUSCIAK, Daniele; OLIVEIRA, Ivanir Luiz; HATAKEYAMA, Kazuo; SCANDELARI, Luciano. WMS—Warehouse Management System: adaptação proposta para o gerenciamento da logística reversa. Prod. vol.16 no.1 São Paulo Jan./Apr. 2006. Disponível em:<[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010365132006000100011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010365132006000100011&script=sci_arttext)>. Acesso em: 26 abril 2020.

HOCH, Patrícia Adriani. A obsolescência programada e os impactos ambientais causados pelo lixo eletrônico: o consumo sustentável e a educação ambiental como alternativas. **UNISC**. INSS 2447-8229, 2016. Disponível em; <<https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/snpp/article/view/14704>>. Acesso em: 28 mar. 2020.

REDAÇÃO HYPENESS. [s.l.], 2014. Os cafés onde voluntários consertam coisas de graça para protestar contra a obsolescência programada. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2014/07/o-conceito-de-cafe-em-que-voluntarios-consertam-desde-uma-geladeira-ate-uma-boneca/>> Acesso em: 27 abril 2020.

JACOBI, Pedro. Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade. **Cadernos de Pesquisa**. N. 118, p189-206. 2003. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/cp/n118/16834.pdf>> Acesso em: 15 abril 2020.

KEEBLE, Daniel. *The Culture of Planned Obsolescence in Technology Companies*. Theseus [Open Repository of the Universities of Applied Sciences]. 2013. Title of Bachelor's Thesis in Business Information Technology. Disponível em: <[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/55526/Keeble\\_Daniel.pdf](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/55526/Keeble_Daniel.pdf)>. Acesso em: 15 de mar. de 2020.

KRAJEWSKI, Markus. **The Great Lightbulb Conspiracy**. Spectrum [Institute of Electrical and Electronics Engineers], 24 set. 2014. Disponível em: <<https://spectrum.ieee.org/tech-history/dawn-of-electronics/the-great-lightbulb-conspiracy>>. Acesso em 13 mar. 2020.

LATOUCHE, Serge. **Pequeno tratado do decrescimento sereno**. Tradução de Claudia Berliner. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009. Disponível em: <[https://people.ufpr.br/~jrgarcia/macroeconomia\\_ecologica/Decrescimento/Pequeno%20tratado%20do%20decrecimento%20sereno.pdf](https://people.ufpr.br/~jrgarcia/macroeconomia_ecologica/Decrescimento/Pequeno%20tratado%20do%20decrecimento%20sereno.pdf)>. Acesso em 12 mar. 2020.

LEMONS, Patrícia Faga Iglecias. **Resíduos sólidos e responsabilidade civil pós-consumo**. 3ª edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

LEONARD, Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**. Tradução Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOFTIMATOS, Tássio Francisco. **Avaliação da viabilidade de reintegração de resíduos de PET pós-consumo ao meio produtivo**. São Paulo, 2009. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18139/tde-20012010-103411/publico/teseTassioFranciscoLoftiMatos.pdf>>. Acesso em: 22 abril 2020.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Tradução de Fernanda Eugênio. Rio de Janeiro: MAUAD, 2010.

MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 1 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5ª edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MORAES, Kamila Guimarães de. **Obsolescência planejada de qualidade: fundamentos e perspectivas jurídico-ambientais de enfrentamento**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina. Centro de Ciências Jurídicas. Programa de Pós - Graduação em Direito. Florianópolis, 2013

NETO, Ernesto Jose Francisco. *Obsolescência programada: prática abusiva em desconformidade com a legislação e princípios consumeristas*. **Jus.com.br**. 2018. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/70751/obsolescencia-programada-pratica-abusiva-em-desconformidade-com-a-legislacao-e-principios-consumeristas>>.

NETTO, Felipe Peixoto Braga. **Manual de Direito do Consumidor à Luz da Jurisprudência do STJ**. 10ª ed. Salvador: Editora Juspodivm, 2014.

NEVES, Julio Gonzaga Andrade. A obsolescência programada: desafios contemporâneos da proteção ao consumidor. **Revista do IBRAC – Direito da Concorrência, Consumo e Comércio Internacional**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 23, I p., jan. 2013, p. 321 e ss.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 8ª ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2015.

OBSOLESCÊNCIA. In: DICIO, **Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: < <https://www.dicio.com.br/obsolescencia/> >. Acesso em: 02 mar. 2020.

PARANÁ. Tribunal de Justiça de Paraná. Recurso inominado nº 011672-69.2015.8.16.0030/0. Falha na prestação de serviço. Relator: Aldemar Sternadt, Paraná 08, jul. 2016. Disponível em: <https://tj-pr.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/366634114/processo-civil-e-do-trabalho-recursos-recurso-inominado-ri-1167269201581600300-pr-0011672-6920158160030-0-acordao/inteiro-teor-366634125?ref=juris-tabs>

PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício**. São Paulo: IBRASA, 1965.

PACKARD, Vance. **Nova técnica de convencer**. Tradução de Aydano Arruda. São Paulo: IBRASA, 1980.

PERNAMBUCO. Tribunal de Justiça de Pernambuco. Recurso Inominado. Recurso inominado. Direito do consumidor. Incompetência do juízo e ilegitimidade passiva afastadas. Responsabilidade do comerciante/importador. RecIno 0028051 18.2017.8.17.8201. Relator: Carlos Antônio Alves da Silva, Pernambuco, 28 ago. 2018. Disponível em: <https://pje.tjpe.jus.br/2g/ConsultaPublica/DetalleProcessoConsultaPublica/listView.seam?ca=8e6d19fcc490f68ef32164feba2b09dee11d5334aefa7965#>.

RENNER, Rafael Henrique. Obsolescência programada e consumo sustentável: algumas notas sobre um importante debate. **Revista Interdisciplinar de Direito**. [S.l.], v. 9, n. 1, p. 405-416, maio 2018. ISSN 2447-4290. Disponível em: < <http://revistas.faa.edu.br/index.php/FDV/article/view/529> >. Acesso em: 29 mar. 2020.

ROCHA, Everaldo. **Representações do Consumo: estudos sobre a narrativa publicitária**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2006.

ROSSINI, Valéria; NASPOLINI, Samyra Haydêe Dal Farra. Obsolescência programada e meio ambiente: a geração de resíduos de equipamentos eletroeletrônicos. **Revista de Direito e Sustentabilidade**. e-ISSN: 2525-9687, Brasília, v. 3, n. 1, p. 51 – 71. Disponível em: < <https://www.indexlaw.org/index.php/revistards/article/view/2044/pdf> > Acesso em 06 mar. 2020.

SANTOS, Maria Carolina de Melo. **Da vulnerabilidade do consumidor à vulnerabilidade ambiental: análise dos impactos da obsolescência programada no ordenamento jurídico brasileiro. Uberlândia**. 2017. Dissertação (Mestrado em Direito) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Universidade Federal do Uberlândia. Disponível em: <<http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/18744/1/VulnerabilidadeConsumidorVulnerabilidade.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2020.

SLADE, Giles. *Made to break: technology and obsolescence in America*. Cambridge: Harvard University Press, 2006.

SILVA, Altino Conceição da. A proteção constitucional do consumidor e sua densificação normativa. **Conteúdo jurídico**. Brasília, maio 2015. Disponível em:

<<https://conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/43677/a-protECAo-constitucional-do-consumidor-e-sua-densificacao-normativa>> Acesso em 25 fev. 2020.

SILVA, Alex.; KOMATSU, Roberta. Conceito dos 3R: um breve referencial para uma empresa sustentável. **Revista Interatividade**. p. 120-125, 2014. Disponível em: <<file:///C:/Users/Administrador/Downloads/87-364-1-PB.pdf>> Acesso em: 20 abril 2020.

SCHRÖDER, Melissa. Como a lâmpada mudou o mundo. **Super interessante**. 09 maio 2017. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/historia/como-a-lampada-mudou-o-mundo/>>. Acesso em: 13 mar. 2020.

Superior Tribunal de Justiça. **Recursos Especiais**. Direito do consumidor e processual civil. Recurso especial. Ação e reconvenção. Julgamento realizado por uma única sentença. Exegese do art. 26, § 3º, do CDC. REsp 984.106/SC. Relator ministro Luis Felipe Salomão. Brasília, 20 nov. 2012. Disponível em: [http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/toc.jsp?i=1&b=ACOR&livre=\(\(%27RESP%27.clas.+e+@num=%27984106%27\)+ou+\(%27RESP%27+adj+%27984106%27.suce.\)\)&thesaurus=JURIDICO](http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/toc.jsp?i=1&b=ACOR&livre=((%27RESP%27.clas.+e+@num=%27984106%27)+ou+(%27RESP%27+adj+%27984106%27.suce.))&thesaurus=JURIDICO).

TARTUCE, Flavio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor Direito Material e Processual**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Editora Método, 2016.

TASCHNER, Gisela. Cultura do consumo, cidadania e movimentos sociais. **Ciências Sociais Unisinos**. São Leopoldo, v. 46, n. 1, p.47-52, jan./abr. 2010. Disponível em: <[http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias\\_sociais/article/view/170/40](http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/170/40)> Acesso em: 09 fev. 2020.

VARELA, Ana Maria Alves Rodrigues; CARVALHO, Vânia Ágda de Oliveira. Eles querem te vender, eles querem te comprar: A obsolescência programada como óbice ao desenvolvimento sustentável e à ética do consumo no século XXI. **Revista de direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo**. Curitiba, v. 2, n. 2, p. 136-152, jul. / dez. 2016. Disponível em: <<https://www.indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/1357/1786>>. Acesso em 25 mar. 2020.

VIEIRA, Gabriella de Castro. A responsabilidade civil ambiental decorrente da obsolescência programada. **Revista brasileira de direito**, 2015, Vol. 11, nº. 2, p. 66-76. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5379220>>. Acesso em: 25 fev. 2020.