

UNIDADE DE ENSINO SUPERIOR DOM BOSCO – UNDB  
CURSO DE DIREITO

**MYLENA MARIA CARVALHO COUTINHO**

**OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA NA SOCIEDADE DE CONSUMO E O  
DESENVOLVIMENTO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL**

São Luís

2018

**MYLENA MARIA CARVALHO COUTINHO**

**OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA NA SOCIEDADE DE CONSUMO E O  
DESENVOLVIMENTO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do Curso de graduação em Direito da  
Unidade de Ensino Superior Dom Bosco como requisito  
para a obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Ma. Thaís Emília de Sousa Viegas.

São Luís

2018

Catálogo da Publicação na fonte

UNDB / Biblioteca

Coutinho, Mylena Maria Carvalho

Obsolescência planejada na sociedade de consumo e o desenvolvimento do consumo sustentável. / Mylena Maria Carvalho Coutinho. \_\_ São Luís, 2018.

48f.

Orientador: Prof. Thaís Emília de Sousa Viegas

Monografia (Graduação em Direito) - Curso de Direito – Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB, 2018.

1. Direito do consumidor. 2. Obsolescência planejada. 3. Meio ambiente. 4. Consumo sustentável. I. Título.

CDU 347.451.031

**OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA NA SOCIEDADE DE CONSUMO E O  
DESENVOLVIMENTO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Coordenação do Curso de graduação em Direito da  
Unidade de Ensino Superior Dom Bosco como requisito  
para a obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientadora: Pr<sup>fa</sup>. Ma Thaís Emília de Sousa Viegas.

Aprovada em: 04/12/2018

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof.<sup>a</sup> Ma. Thaís Emília de Sousa Viegas** (Orientadora)  
Unidade de Ensino Superior Dom Bosco - UNDB

---

**Me. Roberto de Oliveira Almeida 1º Examinador**  
Unidade de Ensino Superior Dom Bosco - UNDB

---

**Me. José Murilo Duailibe Salem Neto 2º Examinador**  
Unidade de Ensino Superior Dom Bosco - UNDB

A Deus, que ilumina meu caminho e me deu coragem para seguir firme. Aos meus pais e meus irmãos, que me apoiam e me motivam de forma incondicional.

## AGRADECIMENTOS

À Deus, por abençoar o meu caminho durante esse trabalho. A fé que tenho em Ti alimentou meu foco, minha força e minha disciplina. Sou grata pelas bênçãos que recaíram não só sobre mim, mas também sobre todos os amigos e familiares. Obrigada, Pai por não me desamparar nos momentos que mais estive aflita e por me guiar até aqui.

Aos meus pais Moaci e Antonia, que batalharam muito para me oferecer uma educação de qualidade, pelo apoio e amor incondicional que sempre me deram. Não sei como seria a minha vida sem vocês, mas tenho certeza que eu não conseguiria chegar até aqui sem vocês ao meu lado. Obrigada por terem me ensinado que o “estudo” é a única herança que ninguém pode roubar e pela oportunidade de concluir uma graduação. Vocês são o meu porto seguro e é por isso que eu luto todos os dias. Eu amo vocês!

Aos meus irmãos Marcelo e Matheus, que sempre me apoiaram e acreditaram em mim quando eu estava em desespero por medo de não conseguir. Obrigada pelo companheirismo e amor dedicados a mim, vocês são os melhores irmãos que alguém poderia ter, amo vocês. Marcelo, obrigada por mesmo de longe nunca deixar de se preocupar comigo e por ser o meu exemplo de estudante e agora de profissional. Matheus, obrigada por aguçar o meu poder de discussão, por sempre me questionar e por saber dizer as palavras que eu precisava ouvir.

Aos meus avós Antônio, Rosilda (*in memoriam*), Lafaete e Stael, pelo aconchego de suas companhias, pelos questionamentos de preocupação, pelas distrações quando tudo parecia girar em torno da monografia e pelo amor e carinho dedicados a mim. Vocês são o meu exemplo de fé e amor, em especial o meu avô Antônio que completou seus 102 anos, por estar presente em mais uma etapa da minha vida a qual guardarei com muita gratidão a Deus na minha caixinha de memórias. Aqui também incluo a minha tia Vilma, que é pra mim e minha avó materna, pois não conheci minha vizinha. Obrigada, tia, por toda a sua dedicação a mim, por torcer por mim e compartilhar comigo minhas vitórias e claro, por fazer esse papel fundamental para minha vida.

Ao meu namorado Vinícius, que foi compreensivo nos momentos em que meu humor oscilava de uma hora para a outra, quando minha ansiedade atacava a cada reunião com minha orientadora, quando eu chorava por medo de não conseguir, enfim, você sempre estava lá ao meu lado. Obrigada pelas palavras de força e pelos puxões de orelha quando precisava, mas acima de tudo isso, obrigada pelo seu amor, companheirismo, fidelidade e

atenção, você foi primordial para o sucesso desse trabalho, amo você. Agradeço a sua família também por todo apoio e carinho que sempre me deram.

Aos meus tios, por sempre acreditarem em mim, e por me ensinarem que o caminho do saber é o mais produtivo. Direciono os agradecimentos de forma especial ao meu padrinho Moisés e sua esposa tia Tatyana, por terem acreditado no meu potencial e por terem me dado todo apoio que precisei. Agradeço a Deus pela família que Ele me deu, vocês significam muito pra mim.

Aos primos queridos, que me distraíram em tempos de folga e que compreenderam a minha ausência nos encontros familiares. Agradeço em especial ao Maurício, que nunca mediu esforços para me ajudar de forma direta e indireta, desde a escola até o final desse curso, obrigada por acreditar e depositar em mim a sua confiança, você é uma das peças fundamentais dessa vitória.

Não poderiam ficar de fora dos meus agradecimentos as minhas afilhadas Renata, Yasmin, Isabel e Alice, vocês são as responsáveis por eu ser um ser humano melhor, me mostraram o sentido de amor da maneira mais simples e pura. Obrigada, meus amores por sempre estarem ao meu lado e pelo amor recíproco que só nós entendemos.

Agradeço aos meus amigos, que ao longo desses 5 anos de convívio me provaram a capacidade de amar os diferentes e o verdadeiro sentido do perdão. Às minhas “meninas superpoderosas” Bruna e Marina, por estarem ao meu lado desde a primeira semana de aula, por dividirem comigo noites sem dormir estudando para prova, por estarem comigo nos momentos bons e ruins, não só da faculdade como também os da vida. Obrigada por serem exatamente como são, é assim que se fazem especial em minha vida.

Ainda falando de amigos, tive o prazer de compartilhar minha vida nesses anos de graduação com pessoas muito especiais como Luíza, Victória e André. Obrigada pelos encontros maravilhosos com risadas garantidas e por terem me dado o ombro amigo quando precisei, sou feliz com a amizade de vocês.

Por fim, pra fechar com chave de ouro, eu agradeço a minha orientadora Thaís Viegas. Obrigada por todos os encontros e e-mails trocados, pela sua leveza ao passar seus conhecimentos, por ter apostado em mim e feito dos meus limites os degraus pra que eu chegasse até aqui. Pra essa pessoa maravilhosa, todos os agradecimentos do mundo, você não tem nem ideia do quão especial se tornou pra mim nessa caminhada.

Enfim, o sentimento de gratidão toma conta do meu ser, e eu sou grata a cada um aqui mencionado, sem eles eu não teria conseguido. Eu amo vocês! Muito Obrigada!!!

“Dai graças ao Senhor porque Ele é bom,  
eterna é a sua misericórdia.”

**Salmo 117**

“No argentado da luz, no translúcido do rio, no  
verde que se desdobra em mil nuances e  
caminhos, o rosto de Deus se deixa perceber. E  
embora tenha nome de homem, o mundo só é  
bonito porque é mãe.”

**Pe Fábio de Melo**

## RESUMO

O presente trabalho trata da obsolescência planejada cuja prática está em conflito com os princípios consumeristas e o Código de Defesa do Consumidor, bem como sugestões de possíveis soluções para os impactos ambientais causados por esta prática. Inicialmente aborda-se a sociedade de consumo pela visão do sociólogo Zygmunt Bauman. Caracteriza-se a sociedade contemporânea marcada pelo consumo, o crescimento dessa sociedade e o produto descartável. Além disso, foi classificado o consumidor de acordo com sua identidade de consumo. Em seguida, conceitua-se a obsolescência planejada, a sua classificação e o seu histórico. Foi feita ainda a análise dos princípios consumeristas previstos no Código de Defesa do Consumidor que vão de encontro com a prática da obsolescência planejada, especialmente o da vulnerabilidade, boa-fé e transparência e ainda, a proteção contra práticas abusivas. Por fim, foi feita uma abordagem sobre os impactos causados pelo descarte excessivo dos produtos de forma inadequada e de maneira exacerbada por conta da prática da obsolescência planejada, sugerindo o desenvolvimento do consumo sustentável como uma possível solução contra a obsolescência planejada.

**Palavras-chave:** Obsolescência planejada. Sociedade de consumo. Consumo sustentável.

## **ABSTRACT**

This work deals with the practice of planned obsolescence in disagreement with consumerist principles and the Consumer Protection Code, as well as environmental impact solutions caused by this practice. Initially, consume society is approached by the vision of the sociologist Zygmunt Bauman. Contemporaneous society is characterized by the consumerism, the society growth and the disposable product. Besides that, self-consumerism was highlighted as a form to indicate what is the consume degree each consumer have. Then, planned obsolescence is conceptualized, what is its classification and its history. An analysis of the consumerist principles foreseen on the Consumer Protection Code was also made, responding to the planned obsolescence practice, with the principles of vulnerability, good faith and transparency, and, also, the protection against abusive practices. Lastly, an approach was made about the impacts caused by the electronic trash that was incorrectly discarded and in an exacerbated way because of the planned obsolescence practice, suggesting the development of the sustainable consume as a possible solution against the planned obsolescence.

**Keywords:** Planned obsolescence. Consume society. Sustainable consume.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2. A SOCIEDADE DE CONSUMO E A OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 A sociedade de consumo na visão de Zygmunt Bauman.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 O crescimento da sociedade de consumo e o produto descartável .....</b>	<b>15</b>
<b>2.3 Obsolescência planejada: histórico, conceito e classificação .....</b>	<b>18</b>
<b>3. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1 Os princípios consumeristas e a prática da obsolescência planejada .....</b>	<b>23</b>
3.1.1 Princípio da Vulnerabilidade .....	24
3.1.2 Princípio da Boa-fé.....	28
3.1.3 Princípio da Transparência .....	30
<b>3.2 O Direito à proteção contra práticas abusivas e a prática da obsolescência planejada .....</b>	<b>32</b>
<b>4. O DESENVOLVIMENTO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL COMO COMBATE À OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA .....</b>	<b>34</b>
<b>4.1 Os impactos ambientais causados pelo descarte excessivo de produtos.....</b>	<b>34</b>
<b>4.2 O consumo sustentável e a obsolescência planejada .....</b>	<b>36</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>42</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>44</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho trata da prática da obsolescência planejada que vai de encontro com os princípios e as normas de direitos básicos do consumidor previstas no Código de Defesa do Consumidor. É notório o desenvolvimento do mercado capitalista e o avanço das tecnologias, pelos quais trazem maiores diversidades de produtos movimentando o mercado trazendo benefícios aos produtores e para a sociedade. Porém, nem sempre esses avanços e desenvolvimentos do mercado são utilizados de maneira a beneficiar o consumidor.

Uma dessas práticas que não beneficiam o consumidor é a obsolescência planejada. Ela está inserida em um produto que apresentou defeito pouco tempo depois que foi comprado, ou que meses após a compra surgiu uma nova versão, mesmo que o produto adquirido tenha sido um lançamento. Após esses acontecimentos é comum que se substitua por um novo produto, e é aí que está a obsolescência planejada, na programação para diminuir a vida útil do produto e fazer com que se consuma cada vez mais.

Porém, essa prática não passa despercebida aos olhos do Direito. Principalmente aos olhos do Direito do Consumidor. O crescimento da sociedade de consumo trouxe a necessidade de uma regulamentação dessas relações. A legislação que as regulamenta é composta por princípios e normas de direitos básicos do consumidor que se chocam com a obsolescência planejada. Pois, além de causar prejuízos ao consumidor, é possível notar vários impactos ambientais diante desta prática.

O trabalho tem como objetivo a análise do conflito entre a obsolescência planejada e os Direitos do Consumidor e Meio Ambiente, de acordo com os princípios e direitos do consumidor e o desenvolvimento do consumo sustentável. Com isso, os objetivos específicos consistem em dissertar acerca do histórico da sociedade de consumo com seus declínios e avanços, conceito e origem, tendo como base o livro “Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias”, do sociólogo Zygmunt Bauman. E ainda, descrever a prática obsolescência planejada, bem como o seu conceito, classificação e origem. Serão abordados temas sobre a identidade do consumidor na sociedade, a cultura de consumo e o consumo irracional, grande marca da sociedade atual. E ainda, a conceituação da obsolescência planejada bem como sua classificação e histórico. Para a exploração do tema, foi realizada pesquisa bibliográfica, utilizando o sociólogo Zygmunt Bauman.

Em seguida, verificar-se-á os princípios consumeristas violados ao longo da prática da obsolescência planejada, a proteção aos direitos básicos que poderá ser feita através do Código de Defesa do Consumidor. É feito um estudo dos princípios consumeristas e

direitos básicos do consumidor, como os princípios da vulnerabilidade, boa-fé e transparência, além da proteção contra práticas abusivas. De modo a utilizar esses princípios para confrontar a prática da obsolescência planejada, de qual modo tais princípios e direitos podem punir a obsolescência.

Por fim, o trabalho pretende analisar a obsolescência planejada sob à luz do direito ao meio ambiente, demonstrando como essa prática traz impactos ambientais ao não destinar de maneira responsável o descarte dos produtos, apresentando como possível solução para combater a obsolescência o desenvolvimento do consumo sustentável. São enumerados alguns impactos ambientais decorrentes desse padrão de produção e consumo exacerbado. Depois disso é feita uma análise sobre qual solução é possível para frear a prática da obsolescência planejada, que é sugerido o desenvolvimento do consumo sustentável como uma possível saída para enfrentar a problemática.

## **2. A SOCIEDADE DE CONSUMO E A OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA**

Esse capítulo visa compreender o avanço da sociedade de consumo na visão de Zigmunt Bauman (2008), sua maneira irracional de consumir, suas características bem como o seu crescimento. Demonstrando como o mercado age em relação a isso, suas estratégias para chamar a atenção do consumidor e como o consumidor responde a esses estímulos. Além disso, será feita uma análise sobre a obsolescência planejada à luz de suas características, classificação e conceito.

### **2.1 A sociedade de consumo na visão de Zygmunt Bauman**

O consumo é prática enraizada desde muitos anos atrás na sociedade, existindo dessa maneira apenas formas diferentes de consumo, de acordo com a época em que se vive, muitas vezes, o consumo é considerado algo trivial e banal. Sempre esteve presente na vida do ser humano, seja por datas festivas, ocasiões consideradas importantes, ou mesmo para suprir a necessidade humana, e por vezes as desnecessidades que estão acompanhadas pelo consumo irracional, sem nenhum tipo de prévio planejamento ou questionamentos se aquele produto seria necessário para o seu consumo (BAUMAN, 2008, p. 37).

O ser humano utiliza o consumo como forma de suprir suas necessidades fisiológicas, sendo tratado como uma das razões para viver, interagindo com os outros e o seu ambiente. Bauman (2008) traduz a ação de consumo como uma busca à matéria-prima de acordo com as circunstância em que a sociedade se encontrava.

Na análise de Bauman em relação à sociedade de consumidores, é que ela “representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas” (BAUMAN, 2008, p. 71).

Surge a figura do consumidor exemplar, que é aquele que segue todas as inovações do mercado, não havendo portanto, espaço para quem não cumpra esse papel social, ficando de certa forma isolado da sociedade consumidora. Estando isto ligado à sociedade contemporânea capitalista, na qual a sociedade como um todo é avaliada pelo seu poder aquisitivo, ou seja, pela sua capacidade de consumir, de fazer parte do mercado de consumo, estando então estabelecido o valor do consumidor nessa escala social de consumo (BAUMAN, 2008).

Diante disso, resta claro que para ser considerado um consumidor exemplar, é necessário que esse papel seja exercido de forma contínua e desenfreada, seguindo a moda da estação, a mais nova versão de um produto, ou seja, tudo de mais novo que o mercado lançar à venda, o consumidor exemplar compra sem muitos questionamentos, estabelecendo o seu lugar na sociedade de consumo.

Pois, se por qualquer motivo o consumidor não consiga consumir o esperado, a sua exclusão é imediata, seja por não necessitar frequentar as lojas, os *shoppings*, os locais que de certa forma remetem a exposição de novidades de consumo ou até mesmo as que se satisfazem com o primeiro produto que encontra, ou seja, os que não estão na bolha da sociedade de consumo, estes são excluídos de várias maneiras, uma delas por exemplo é que podem ser excluídos de uma conversa sobre um novo produto em uma roda de amigos, por não ter adquirido o produto ou mesmo por não ter interesse em adquiri-lo.

Nessa sociedade de consumo analisada por Bauman (2008), fica clara a existência de uma cultura consumista, na qual o consumo ultrapassa a característica volitiva para tornar-se de fato um direito e dever do ser humano na sociedade. Ao passo que o consumo é considerado uma fonte de felicidade, sendo este o bem importante para a sociedade, presente de forma permanente na vida humana, seja de forma necessária ou na forma pejorativa da palavra consumismo, consumindo por consumir sem nenhum raciocínio sobre este ato.

Essa cultura vem sendo enraizada no decorrer dos anos, sem limite mínimo ou máximo de faixa etária, incentivando o consumo desde a infância, sendo a publicidade encarregada de buscar crianças de forma criativa o interesse de consumir. Esse público como não tem nenhum tipo de discernimento de certo ou errado, essencial ou trivial, é bombardeado de estratégias para que percebam que a sociedade só aceita o consumidor exemplar, mesmo que não entendam de fato o que é ser um, mas que desperte na criança a vontade de fazer igual, de ter um brinquedo como o da outra criança, de não se questionar se é necessário, apenas querer para consumir através de seus pais, pois são de certa forma o primeiro exemplo de consumidor que as crianças possuem (BAUMAN, 2008).

Partindo do pressuposto que a criança se torne um consumidor exemplar, a sociedade de consumo executa essa prática de forma corriqueira, pois desta maneira não há dúvidas que ao chegar na idade adulta continue a exercer seu papel na sociedade de consumo de forma satisfatória.

O “consumo irracional” citado por Bauman (2008, p.37) em sua obra, desperta no ser humano a insatisfação, tendo em vista que se sentem obrigados a consumir o que há de mais novo no mercado, e as inovações tecnológicas não param de surgir e cada dia o ser

humano necessita estar atualizado da nova moda, do novo filme, da nova atualização de um aparelho celular, ou seja, o ser humano que não usufruir da “felicidade” de consumir não está exercendo seu papel de consumidor exemplar, fugindo de sua identidade na sociedade de consumo.

Há ainda na sociedade de consumo um outro aspecto analisado por Bauman que é o fato de que “não emergem vínculos duradouros” (BAUMAN, 2008 p. 102) da atividade de consumo, uma vez que a sua finalidade está ligada a saciar o desejo individual do ser humano, exigindo um tempo de dedicação para a escolha do produto a ser comprado. O que torna o consumidor de certa forma solitário, o que na visão de Bauman, pode acarretar a dissolução de vínculos afetivos, pondo fim ao “consumo partilhado”, estando portanto os consumidores reféns do mercado. Apesar disso a sociedade também é ligada a troca contínua de informações e até mesmo de produtos entre os indivíduos.

Nesse sentido, Bauman (2008, p. 20) afirma:

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável. A “subjetividade” do “sujeito”, e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável. A característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a transformação dos consumidores em mercadorias (BAUMAN, 2008, p. 20).

Nesta senda, a relação entre os indivíduos é desvalorizada de tal forma que só é valorizado o seu poder de consumo, ou seja, só é valorizado o consumidor exemplar, que executa o papel de consumidor solitário, assim sendo visto pelo outro na sociedade. Com a cultura de consumo a sociedade assume para si as leis de valor do mercado consumidor, tratando os indivíduos como se produtos fossem, sendo apenas esta a maneira de valora-los perante a sociedade.

Diante disso, observa-se o crescimento da sociedade de consumo e com ele grandes problemas a serem enfrentados pela sociedade, como por exemplo a forma com que os produtos passam a serem tratados, de maneira descartável. Pois a sociedade possui uma cultura consumista na qual não pensa nas consequências ao adquirir o produto, apenas age de impulsivamente, consumindo aquilo que mais o atrai e não o que necessita (BAUMAN, 2008).

## 2.2 O crescimento da sociedade de consumo e o produto descartável

Há várias teorias da sociedade de consumo que tratam da realidade social. Buscam examinar a sociedade em seu tempo e identificar como que o consumo se tornou prática essencial na vida humana (BARBOSA, 2004). Diante do cenário em que o consumo passou a definir a sociedade, ditando características, valorizando os indivíduos de acordo com o seu poder aquisitivo, esta sociedade passou a ser estudada por diversos estudiosos, como por exemplo o já mencionado sociólogo polonês Zygmunt Bauman.

Neste sentido, questiona-se até que ponto o consumo pode ser considerado essencial para a vida humana. Para isto, Lívia Barbosa interpreta essa necessidade dos consumidores de duas maneiras. A primeira delas é à insaciabilidade, que de certa forma é causada pela sofisticação constante de desejos pessoais personificados nos produtos. Por outro lado, encontra-se o capitalismo, que busca demonstrar para as pessoas que as suas necessidades sempre serão recicladas, para conseguir a sua finalidade de gerar lucros para os produtores e assim incentivar o ciclo comercial de compra e venda (BAROSA, 2004).

Um dos objetivos da sociedade de consumo na visão de Bauman (2008, p. 51-53), é a busca da felicidade, alcançada a partir de aquisição de bens e serviços que estiverem na moda, o mais novo, o mais atualizado. Mesmo que a atualização seja somente na paleta de cores de determinado aplicativo, a sociedade de consumo é capaz de descartar o seu produto atual para adquirir este, surgindo a obsolescência planejada.

Nesse sentido, agindo de forma paralela, há os fornecedores, que utilizam da cultura de consumismo existente na sociedade de consumo, e através de técnicas de mercado buscando fazer com que o consumidor acredite que necessita daquele novo produto.

Isto surge diante do crescimento da sociedade, a necessidade de novos produtos, novos bens produzidos e comercializados. Com esse crescimento o mercado passou a tomar algumas estratégias, como a variedade nas formas de pagamento, a criação de *shoppings* que tem estruturas de várias lojas em um só lugar, o desenvolvimento da publicidade e técnicas de mercado, ou seja, o mercado vive para a venda e faz de tudo por ela (LEONARD, 2011).

E atrás disso está a obsolescência planejada pois, na medida em que as necessidades da sociedade mudam constantemente, há um maior descarte de produtos no meio ambiente. Essa prática faz com que os produtos percam sua vida útil de maneira rápida e eficaz.

Eficaz no sentido de que os fornecedores se utilizam de técnicas de mercado pra fazer os produtos saírem da prateleira da forma desejada, ou seja, com lucro. Isso se dá pela

facilidade do consumidor a dar um descarte de forma rápida, fazendo com que o produto faça “viagem” cada vez mais rápida da prateleira para o lixo (MORAES, 2015).

Bauman (2008) defende que a sociedade de produtores deu lugar a uma sociedade de consumidores, como se os consumidores que ditassem como o mercado deve agir. Em contrapartida, uma questão suscitada é de que as relações afetivas na sociedade de consumidores diante da cultura de consumo é regida pelas regras das relações comerciais. Portanto, estas relações estão ligadas à velocidade com que a mercadoria é lançada no mercado, consumida pelo consumidor exemplar e descartada para dar espaço a novas tecnologias e inovações que passam a ser o destaque na prateleira e não o contrário, como defende Bauman.

O descarte irracional desses produtos é de certa maneira uma prática assustadora, tendo em vista que se as relações são ditadas pelas normas comerciais. O que esperar das relações pessoais entre os indivíduos, se estes são capazes de agir de forma irracional ao consumir sem necessidade. Além do mais, pelo fato mesmo de os mercados de consumo se concentrarem “na desvalorização imediata de suas antigas ofertas, a fim de limpar a área da demanda pública para que novas ofertas a preencham” (BAUMAN, 2008, p. 128), a insatisfação com a identidade adquirida nessa cultura consumista é uma constante na vida de seus membros.

Por isso, “mudar de identidade, descartar o passado e procurar novos começos, lutando para renascer” acaba englobando as próprias relações afetivas. Novas relações significam novas identidades, reacendendo, de cada vez, a esperança de que a felicidade será alcançada, logo, “o objeto fracassado do amor, tal como todos os outros bens do mercado, precisa ser descartado e substituído” (BAUMAN, 2008).

Aos olhos de Eliani Cunha, como efeito imediato do processo de construção da identidade na sociedade de consumidores, na qual primeiro se é uma mercadoria para depois se ser um sujeito, é que se deve promover da melhor maneira possível a própria pessoa, como um produto qualquer de um anúncio publicitário (CUNHA, [2012?]).

Com isso, a sociedade de produtores que almejava a segurança e a durabilidade dos produtos deixou de ser o foco após a regra estabelecida pela sociedade de consumo que é “adquirir”, sem nenhum apego ao que foi adquirido. Antigamente o que era durável era bem visto, na sociedade atual o novo que é bem visto (BAUMAN, 2008).

Nas palavras do autor:

Se o objeto de amor procurado deixa de marcar um ou vários pontos, o ‘comprador’ potencial do mesmo deve desistir da ‘aquisição’, assim como o faria no caso de

todos os outros produtos em oferta. Se, no entanto, a falha for revelada após a 'aquisição', o objeto fracassado do amor, tal como os outros bens do mercado, precisa ser descartado e substituído. (BAUMAN, 2008, p. 132-133).

A atual sociedade de consumidores passou a valorizar o produto provisório, sendo descartado na mínima manifestação de falha, sem nem cogitar a possibilidade de reparação. Diante do citado acima, da mesma forma é aplicada ao objeto de desejo, a partir do momento em que não há mais a satisfação deve ser descartado (BAUMAN, 2008).

Partindo do pressuposto de que a sociedade trata os indivíduos como mercadoria, pois os indivíduos que não utilizam de seu poder aquisitivo para comprar indiscriminadamente, são considerados na visão de Bauman, um certo tipo de consumidores falhos, diante da competição da sociedade de consumo em definir a identidade das pessoas pelo seu poder aquisitivo (BAUMAN, 2008). Mas, sabe-se que mesmo com a cobrança da sociedade em se encaixar no perfil consumista, o ser humano tem o poder de decisão sobre o que vai ou não consumir.

Bauman, nesse contexto:

[...] As pessoas classificadas como "subclasse" são condenadas à exclusão social e consideradas incapazes de se afiliarem a uma sociedade que exige que seus membros participem do jogo do consumismo segundo as regras estabelecidas, justamente porque são, tal como os ricos e abastados, abertos às seduções muito bem amparadas do consumismo- embora, de forma distinta dos abastados e dos ricos, não possam de fato se dar ao luxo de serem seduzidos. (BAUMAN, 2008 p. 176).

Esse descarte do produto é considerado prática padrão da sociedade de consumo, pois o consumidor não se atenta ao curto tempo de vida do produto, bem como a obsolescência planejada. Bauman explica que essa mesma sensação de felicidade ao comprar um produto é o que faz o aceite dessas imperfeições, pois a sensação de descarte vem acompanhada da "felicidade", de novas sensações de prazer, conceitos encontrados na cultura de consumismo enraizada na sociedade de consumo (BAUMAN, 2008).

Diante do descarte feito pelo consumidor de forma impensada, na maioria das vezes, observa-se a prática da obsolescência planejada por parte dos fornecedores. Ao perceberem que a sociedade possui a cultura consumista, os produtores buscam cada vez mais técnicas de mercado e inovações tecnológicas para chamar a atenção do consumidor e induzi-lo a comprar as novas versões ou produtos dispostos no mercado, enraizando a prática da obsolescência planejada.

### 2.3 Obsolescência planejada: histórico, conceito e classificação

Entende-se por obsolescência planejada a redução artificial dos produtos para incentivar o consumo repetitivo (MORAES, 2015). É considerada uma das estratégias utilizadas pelo mercado de consumo para movimentar a economia, tendo em vista a realidade da sociedade de consumo. Nesse sentido, Annie Leonard afirma que:

À medida que a produção de coisas crescia, uma das primeiras mensagens que passaram a ser transmitidas aos consumidores era a de que seria melhor possuir mais de uma unidade de cada produto. Por exemplo, ter um segundo (e depois terceiro, quarto e quinto) maiô, quando a regra anterior era passar muito bem com apenas um. Um segundo carro. E, finalmente, uma segunda casa, com todo um conjunto de objetos novos para preenchê-la. O ponto fraco desse raciocínio é que, em algum momento, todos teriam sapatos, torradeiras e carros em quantidade mais do que suficiente e esses bens encalhariam nas fábricas. Quer dizer, há um limite para o quanto as pessoas podem consumir. Por isso foi criada uma nova estratégia para manter os clientes comprando: a da obsolescência planejada, segundo a qual alguns bens devem ser “programados para o lixo (LEONARD, 2011, p. 174).

O fenômeno da obsolescência é inerente a qualquer tecnologia desenvolvida pelo ser humano (VETORE NETO, 2016). Está vinculado ao produto de uma forma que com o surgimento de novas tecnologias este é substituído tornando-o obsoleto.

A obsolescência planejada surgiu com o início da sociedade de consumo e da produção em massa, na qual o consumidor é valorado pelo seu poder aquisitivo. Esta prática ganhou força entre os anos 1920 e 1930. Annie Leonard aponta que em 1932, Bernard London lançou um livro chamado “Acabando com a Depressão Através da Obsolescência Planejada”. Neste livro o autor tratava da possibilidade de um órgão governamental ficar responsável por determinar o tempo de vida útil dos produtos, ou seja, uma espécie de tabela que determinasse quando os produtos levados ao mercado entrariam em desuso, de acordo com o tempo determinado pelo governo e trocados mesmo que ainda funcionassem (LEONARD, 2011).

Atualmente, essa prática é vista em diversos campos do mercado de consumo. Como por exemplo nos aparelhos celulares, que por ano uma versão é atualizada pelo menos duas vezes, deixando o celular da versão antiga menos eficiente, prestes a ser descartado pelo consumidor. É corriqueiro ouvir dos mais velhos que “tal coisa era muito resistente antigamente. Hoje em dia não dura nada!”, nada mais é que a presença da obsolescência planejada na sociedade de consumo atual.

Com o passar os anos, verificou-se que pela visão do mercado a obsolescência deixou de ser uma consequência “natural” para uma “artificial”, ou seja, o processo de tornar

algum produto ou serviço inútil passou a sofrer uma interferência direta do próprio fornecedor, reduzindo por diversas formas o tempo de utilidade desses produtos ou serviços (VETORE NETO, 2016). Diante disso:

Surge, portanto, o que podemos chamar de obsolescência planejada, obsolescência programada. Constitui-se, portanto, em um processo em que produtos ou serviços são colocados no mercado com o intuito de apresentarem algum tipo de limitação em um tempo determinado, a fim de que se tornem obsoletas, até inservíveis, e demandem do consumidor a aquisição de um novo produto da mesma natureza ou a contratação de um serviço em substituição ao anterior (VETORE NETO, 2016, p. 89).

Nesta senda, Cosima Dannoritzer (apud VETURE NETO, 2016) retrata em seu documentário intitulado “The Light Bulb Conspiracy”, ou como traduzido para o português brasileiro: “Comprar, Tirar, Comprar”. Em sua obra, Dannoritzer trata da Revolução Industrial e a sua nova forma de produção de bens em função do consumo em massa. A partir daí os produtores necessitaram buscar uma forma de fazer com que os consumidores passassem a consumir cada vez mais perante o cenário de consumo em massa (VETORE NETO, 2016).

Diante da visão econômica da sociedade de consumo, a prática da obsolescência programada “adquiriu forças no mundo” e está sendo perpetrada pelas empresas com a justificativa de que buscam o crescimento econômico, e na necessidade de garantir a felicidade do consumidor, uma vez que na sociedade de consumo a felicidade do consumidor está em simplesmente consumir (ARRUDA, 2017).

Na obra intitulada de Estratégia do desperdício, Vance Packard examinou o fenômeno sob três óticas: a funcionalidade, a qualidade e a desejabilidade (PADKARD apud SILVA, [2012?]).

A obsolescência planejada pode se estabelecer com base na função do bem quando um produto substitui outro com vantagem; considerando-se a qualidade – “quando se quebra ou gasta em determinado prazo”; e a desejabilidade “quando há outro que o torne mais desejável” (PADCKARD apud SILVA, [2012?], p. 89)

Joseane da Silva traz a análise de René Schweriner sobre a obsolescência planejada e sua classificação, vejamos:

[...] a obsolescência que aniquila os produtos pode ser examinada sob tais espectros. A função é utilizada “quando o desempenho dos novos produtos é vantajoso, facilitando e melhorando concretamente a vida das pessoas”, como ocorre, por exemplo, com os computadores mais poderosos. A qualidade/durabilidade é manipulada quando “os produtos deixam de funcionar, em virtude do desgaste acarretado pelo uso e pelo tempo”. A desejabilidade se apresenta conectada, de forma intrínseca, à moda, “faz que a pessoa deseje trocar seu artigo por um recém-

lançado, mesmo ainda estando em boas condições de uso” (SCHWERINER apud SILVA, [2012?])

Ou seja, a obsolescência de função está contida no lançamento de um novo produto com melhoramentos em relação ao produto anterior, de maneira mais eficaz o novo produto executa a mesma de sua versão anterior com melhoramentos (MORAES, 2015).

Em relação a segunda espécie de obsolescência planejada, a de desejabilidade Annie Leonard diz:

[...] a aparência das Coisas está sempre mudando, o que é um estímulo para se jogar um modelo velho fora, mesmo que ainda funcione. Essa última característica é o que conhecemos por “obsolescência percebida”. Nesse caso, o item não apresenta defeito nem é realmente obsoleto; apenas o percebemos assim. Alguns chamam a isso “obsolescência de desejabilidade” ou “obsolescência psicológica”. É quando o gosto e a moda entram em cena. O comprimento sempre em mutação na barra das saias e nos vestidos; os saltos largos que estão em voga e logo são substituídos por escarpins finíssimos na temporada seguinte; a largura das gravatas masculinas; a cor da moda para celulares, iPods, torradeiras, bateadeiras, sofás e até armários de cozinha: todos esses produtos funcionam com obsolescência percebida em ação (LEONARD, 2011, p. 176).

Portanto, percebeu-se que o consumidor estava também ligado ao estilo do produto e aparência, passando então os produtores a investirem mais nesse sentido, pois assim teriam a aceitação do consumidor de forma eficaz. De tal modo que quando lançassem uma nova versão com aparência diferente, mais moderno, o consumidor iria descartar o produto antigo para adquirir o novo, que se tornou desejável aos seus olhos. Não estando suficiente somente a obsolescência funcional para os suscetíveis consumos, dando entrada para mais esta classificação da obsolescência como forma de aceitação por parte do consumidor (PACKARD apud SILVA, [2012?]).

A obsolescência pela desejabilidade pode ser notada através das mudanças de cores dos produtos, que os produtores fazem de forma constante para lançar a cor do momento, o refinamento do produto, ou até mesmo a modificação do perfil do produto. Essas mudanças fazem com que o consumidor queira sempre estar atualizado, independente que o produto descartado hoje poderá voltar ao mercado depois, como é o caso da moda (PACKARD apud SILVA, [2012?]).

Por fim, tem-se a obsolescência pela qualidade ou obsolescência programada. Utilizada de forma a reduzir os custos e trabalhando em escala tendendo a diminuir os custos unitários dessa produção e, por consequência, diminuir os valores que são trabalhados para formar os preços que serão cobrados, para alcançar um maior número de pessoas, e estimular a demanda por novos produtos (MONTEIRO, 2016).

Com o advento da primeira e da segunda revolução industrial houve um aprimoramento sem precedentes no que tange os modelos de produção acostumados pela sociedade e, também, no escoamento e na oferta dos produtos que estavam aportando nos mercados. Essa produção precisava ser consumida e estimulada constantemente, no mesmo período de tempo, para dar uma maior saída aos produtos, evitando o seu acúmulo e, portanto, mantendo os preços estáveis, quiçá, maiores. Desta forma, a vida útil dos produtos e os modos como os serviços eram ofertados precisavam mudar, dado que, caso não houvesse uma volatilidade muito grande no consumo e a produção não fosse constante, o sistema ficaria frágil e vulnerável, não sendo viável e atrativo operacionalmente e financeiramente, deixando de existir. (MONTEIRO, 2016, p. 46).

Ou seja, a obsolescência pela qualidade está direcionada a diminuir a durabilidade dos bens produzidos, pois assim o consumidor será obrigado a descartar o produto antigo para consumir o novo, fazendo assim o seu papel na sociedade de consumo de um consumidor exemplar, pois acompanha a nova demanda de produtos lançados no mercado de forma estratégica pelos produtores (MONTEIRO, 2016).

De acordo com a classificação de obsolescência aqui citados, é importante frisar em qual caso se caracteriza a obsolescência planejada. Pois, não é porque um produto se desgasta em um tempo não desejável ao consumidor que significa que o seu produtor tenha praticado a obsolescência planejada. Pode-se dizer que a conduta do produtor é considerada obsolescência planejada quando o produtor coloca na prateleira um produto de vida útil curta cujo valor se equipara a um de vida útil mais duradoura, utilizando de técnicas de mercado ao saber que, na maioria das vezes, o consumidor irá comprá-lo pelo fato de sua identidade está ligada à sociedade de consumo, mas destaca-se que existem consumidores que analisam antes de comprar (PACKARD apud SILVA, [2012?]).

Portanto, ao analisar os mecanismos utilizados pelos produtores para gerar mais vendas, e conseqüentemente mais lucros, chega-se à conclusão de que isso ocorre em decorrência da sociedade de consumo já conceituada por Bauman neste capítulo. Além disso, a sociedade de consumo atual abriu margem para outros problemas, como o de tornar os produtos descartáveis, através da obsolescência planejada praticada pelos fornecedores.

Diante da análise da prática da obsolescência planejada e a sociedade de consumidores, é possível notar ofensas aos princípios e direitos consumeristas. E com isso surge a necessidade de explorar a proteção ao consumidor, para sanar as desigualdades nas relações jurídicas, sejam elas pelo fator econômico ou até mesmo pela informação que um lado tem mais que o outro, sendo necessário equilibrar essa relação jurídica. No Brasil, foi promulgado o Código de Defesa do Consumidor em 1990, que trouxe a organização de como a desigualdade seria combatida, com os devidos órgãos competentes, para solucionar as lides

trazidas pelo crescimento da sociedade e de suas relações (MIRAGEM, 2014, p. 37-39). No próximo capítulo será abordado esse mecanismo de defesa do consumidor e os princípios e práticas violadas.

### **3. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA**

A sociedade vem crescendo com o passar dos anos e com ela surgem várias situações fáticas em contínua evolução, que acarretam a necessidade de intervenção dos órgãos legislativos para atualização dos instrumentos normativos a fim de assegurar os direitos desta sociedade (MENDES, 2015, p. 17)

A necessidade do Código de Defesa do Consumidor pode ser demonstrada através do art. 39 do referido código, que traz as práticas abusivas em seu rol, e além disso penalidades civis para fornecedores e prestadores de serviços para práticas que entrem em contradição com a lei consumerista. Com isso nota-se a regulação do próprio mercado, fazendo com que fornecedores tenham deveres, estes impostos pelas normas do direito do consumidor, com objetivo de corrigir as falhas do mercado, em especial as que atingem o consumidor (TARTUCE, 2017, p. 36)

Diante do crescimento da sociedade de consumo, cabe ao Estado promover a proteção ao consumidor em seu direito constitucional à livre escolha no mercado, entre outros direitos salvaguardados. Com a criação do Código de Defesa do Consumidor, surgiu além dos direitos e deveres do mercado de consumo, os princípios consumeristas que regem a segurança jurídica relacionada à prática da obsolescência planejada, no que interessa neste capítulo, o princípio da vulnerabilidade, da boa-fé e da transparência.

Os princípios ao serem violados abrem margem para várias violações abusivas contra o direito do consumidor, trazendo a discussão em relação a obsolescência planejada, que será abordado os princípios consumeristas em oposição a essa prática no Código de Defesa do Consumidor.

#### **3.1 Os princípios consumeristas e a prática da obsolescência planejada**

Ao analisar as gerações/dimensões de direitos com os princípios da Revolução Francesa, o que mais se enquadra ao Código de Defesa do Consumidor é o da terceira geração que são relativos ao princípio da fraternidade, que diz respeito a pacificação social. Mas pode-se encontrar o CDC em todas as três dimensões, como a Lei Consumerista visa a pacificação social na tentativa de equilibrar as relações existentes entre fornecedores e prestadores de serviços à sociedade (NEVES; TARTUCE, 2017, p. 22).

O Código de Defesa do Consumidor é uma norma principiológica, tendo em vista que o consumidor é protegido Constitucionalmente, de forma efetiva no que dispõe o artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal (NEVES; TARTUCE, 2017, p. 22). Como norma principiológica entende-se aquela que ingressa no sistema jurídico, fazendo, digamos assim, um corte horizontal, indo, no caso do CDC, atingir toda e qualquer relação jurídica que possa ser caracterizada como de consumo e que esteja também regrada por outra norma jurídica infraconstitucional.

A prática da obsolescência planejada além de desobedecer o direito básico do consumidor à proteção contra as práticas abusivas, atinge alguns princípios consumeristas, tais como o princípio da vulnerabilidade, da boa-fé e da transparência.

### 3.1.1 Princípio da Vulnerabilidade

O primeiro princípio em que a prática de obsolescência planejada entra em desacordo é o princípio da vulnerabilidade, disposto no artigo 4º, inciso I do Código de Defesa do Consumidor, que dispõe:

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

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; (BRASIL, 1990)

Essa vulnerabilidade está relacionada a diversas searas, seja a econômica, a de informação etc. A existência da vulnerabilidade do consumidor fez surgir o direito do consumidor, pra que seja determinado que o direito venha a proteger a parte vulnerável em determinadas situações de desigualdades na sociedade (MIRAGEM, 2014).

Neste sentido, Carlos Alberto Bittar comenta muito bem essas desigualdades, constatando a vulnerabilidade do consumidor e a necessidade de uma lei própria para proteger suas fragilidades:

Essas desigualdades não encontram, nos sistemas jurídicos oriundos do liberalismo, resposta eficiente para a solução de problemas que decorrem da crise de relacionamento e de lesionamentos vários que sofrem os consumidores, pois os Códigos se estruturaram com base em uma noção de paridade entre as partes, de cunho abstrato (BITTAR, 2003, p. 2).

Esse reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal em seu artigo 5º, inciso XXXII, no qual se refere a defesa do

consumidor, sendo esta uma obrigação do Estado (ALMEIDA, 2008). Uma das razões de criação dessa proteção ao consumidor está relacionada à proteção a dignidade da pessoa humana fundamentada na República Federativa do Brasil, princípio este previsto no artigo 1º, inciso III, da Constituição Federal (NEVES; TARTUCE, 2017).

A vulnerabilidade do consumidor se dá através da exposição do mesmo a muitos meios de ofertas e informações diariamente, sem que o consumidor tenha amplo conhecimento acerca daquilo que está sendo colocado no mercado, fixando às vantagens sedutoras de ofertas veiculadas nos meios de comunicação (NEVES; TARTUCE apud CARVALHO, 2017).

Para Rizzato (2012), essa vulnerabilidade significa, portanto, que o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. De modo que essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.

O primeiro aspecto está relacionado aos meios de produção que são informações exclusivas do produtor. Rizzato explica ainda que:

E quando se fala em meios de produção, não está se referindo apenas aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação e distribuição de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido. (RIZZATO, 2012, p. 178)

Rizzato (2012), trata a escolha do consumidor como se já nascesse reduzida, pois ele só pode optar por aquilo que já existe e é oferecido no mercado, nada além disso. Ou seja, o que está sendo ofertado no mercado foi de escolha única e exclusiva do fornecedor, atendendo suas pesquisas de mercado, suas preferências empresariais, para no final obter o lucro pretendido.

O segundo aspecto destacado por Rizzato é o econômico, que “diz respeito à maior capacidade econômica que, por via de regra, o fornecedor tem em relação ao consumidor”. Isso não quer dizer que não haja consumidores com uma boa capacidade econômica podendo ser até maior que a de pequenos fornecedores, mas via de regra a vulnerabilidade no aspecto econômico está relacionada ao consumidor (RIZZATO, 2012).

Segundo Miragem (2014), essa vulnerabilidade do consumidor é considerada de presunção absoluta e serve de orientação para a aplicação e interpretação das normas consumeristas. A noção de vulnerabilidade está ligada ao desequilíbrio existente entre dois atores econômicos, fornecedor e consumidor (MIRAGEM, 2014).

Para Cláudia Lima Marques, este é o princípio básico do Código de Defesa do Consumidor (BENJAMIN; MARQUES; MIRAGEM, 2013). O CDC presume *iure et de iure*

a existência da posição de desvantagem do consumidor em relação ao fornecedor, estabelecendo que aquele é a parte que necessita ser amparada de forma mais favorável pela lei, ou seja, a presunção de vulnerabilidade não aceita declinação ou prova em contrário (LISBOA, 2012).

Bruno Miragem (2014) diz que em relação a vulnerabilidade, está ligada à fragilidade de um dos atores da relação de consumo, podendo ser representada por situações de desigualdade inerente à pessoa, ou seja, relacionada diretamente a um dos atores da relação de consumo. Devendo portanto ser demonstrada a sua identificação de forma abstrata ou concreta, auferindo a vulnerabilidade no caso da concreta de forma clara. No Brasil, a forma de identificação da vulnerabilidade optada pelo legislador foi a abstrata, sendo então presumida de forma absoluta, levando em conta que o fornecedor, na maioria das vezes, é quem tem o domínio da relação de consumo ao expor o consumidor às técnicas de mercado.

Essa vulnerabilidade não se confunde com a hipossuficiência elencada no artigo 6º, inciso VIII, do CDC, *in verbis*:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências [...] (BRASIL, 1990)

A hipossuficiência é analisada pelo juiz em caso concreto, baseada em experiências adquiridas ao longo da magistratura sobre a relação entre consumidor e fornecedor, a fim de garantir a defesa dos direitos podendo ser utilizada a inversão do ônus da prova a favor do consumidor, direito este elencado no artigo mencionado acima (MIRAGEM, 2014).

Difere portanto, da vulnerabilidade, uma vez que esta associa-se à fraqueza ou debilidade do consumidor na relação jurídica pelo caráter individual do próprio ator da relação, especificidades relacionadas à pessoa em si, já esmiunçado no presente artigo (MIRAGEM, 2014).

Em relação à prática da obsolescência planejada nota-se que este princípio é ferido deixando o consumidor vulnerável por ser o próprio fornecedor que põe o produto no mercado, dá as informações que acha necessárias, e utiliza de técnicas de mercado para convencer o consumidor de levar o produto pra casa, mesmo que não seja o necessário e ainda, como já se sabe, a tomada de decisão em colocar o produto no mercado é exclusiva do fornecedor.

Diante disso, é possível notar que a presença no mercado, de produtos que irão se tornar obsoletos aumenta ainda mais a situação de vulnerabilidade do consumidor, uma vez que o produto é comercializado com intuito de lucro e nem sempre é necessário à vida do consumidor que acaba realizando a compra do produto de pouca duração (BERGSTEIN, 2013). Isso porque o consumidor é vulnerável tecnicamente em relação ao produtor que, como já se sabe, é o detentor dessas informações, sendo portanto, essa vulnerabilidade de forma excessiva, uma vez que os produtos são inseridos no mercado rotineiramente sem que o consumidor tenha conhecimento técnico destes (GIOLO JUNIOR; DUARTE, 2013).

Ao destacar a vulnerabilidade técnica como falta de conhecimento sobre o assunto, observa-se presente também a vulnerabilidade informacional, definida por Cláudia Lima Marques como um déficit de informação do consumidor sobre o produto adquirido. A autora ressalta que em um primeiro momento é possível ver essa vulnerabilidade como apenas um desdobramento da vulnerabilidade técnica. Mas ao lembrar que a sociedade de consumo é marcada com um exagerado consumismo, onde a aparência dos produtos e as marcas são de grande importância aos olhos do consumidor, nota-se que essa falta de informações é de fato manipuladora de forma a controlar as vendas no mercado (MARQUES, 2011).

A vulnerabilidade informacional pode ser encontrada na prática da obsolescência planejada, quando o fornecedor a utiliza como estratégia de vendas, induzindo o consumidor a consumir. De certa forma, sabe-se que nem todo consumidor é vulnerável ao ponto de consumir sem nenhum tipo de informação, mas estes são a exceção, regra é que eles são manipulados a consumir, pela falta de informação, um tipo de produto pressupondo que é durável e no futuro, não tão distante, frustrarem as suas expectativas.

Ao se deparar com tais informações, é corriqueiro questionar sobre a aplicabilidade da lei consumerista para inibir essa prática. Sobre isto, o objetivo do CDC é equilibrar as relações de consumo no que diz respeito ao consumidor em desigualdade. Já se sabe que o fornecedor é possuidor de técnicas de mercado para facilitar de certa forma a escolha do consumidor, o convidando a consumir. E é nesse momento que se faz necessária a criação de lei própria para garantir um processo justo a todos. Pois o consumidor não pode ficar sem ser assistido quando adquire um produto sobre o qual não possui nenhum conhecimento e se depara com a frustração do produto não satisfazer suas necessidades, em alguns casos, o consumidor sequer associa a disfunção do produto a uma irregularidade. Com o CDC é possível pleitear os seus direitos nos Órgãos de Defesa do Consumidor e ainda no judiciário (CABRAL; RODRIGUES, 201X).

### 3.1.2 Princípio da Boa-fé

O princípio da boa-fé exige respeito e lealdade aos sujeitos de uma relação jurídica (MIRAGEM, 2014). É uma norma vital para o Código de Defesa do Consumidor, consistindo em um dos princípios basilares do direito consumidor (NEVES; TARTUCE, 2017). Princípio este que visa a harmonia e transparência das relações de consumo, previsto no artigo 4º, inciso III, do CDC, vejamos:

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

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; (BRASIL, 1990).

Além disso, é necessária a distinção entre boa-fé objetiva e boa-fé subjetiva para melhor entendimento deste princípio. Para Rizzato, a boa-fé objetiva é:

[...] pode ser definida, *grosso modo*, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. Não o equilíbrio econômico, como pretendem alguns, mas o equilíbrio das posições contratuais, uma vez que, dentro do complexo de direitos e deveres das partes, em matéria de consumo, como regra, há um desequilíbrio de forças. Daí que, para chegar a um equilíbrio real, o intérprete deve fazer uma análise global do contrato, de uma cláusula em relação às demais (RIZZATO, 2012, p. 181).

Ou seja, o princípio da boa-fé objetiva visa tratar os sujeitos das relações de forma igual, sem abusos, sem restrições e sem prejuízos a nenhuma das partes contratantes. Nesse sentido, se difere da boa-fé subjetiva, pois neste caso a boa-fé está relacionada ao estado psicológico de alguém, sem nenhum tipo de objetividade, pois se trata da intenção de alguém agir de boa-fé (MIRAGEM, 2014).

Para Rizzato, “a boa-fé objetiva é uma espécie de pré-condição abstrata de uma relação ideal”. Toda vez que no caso concreto, por exemplo, o magistrado tiver de avaliar para identificar algum tipo de abuso, deve levar em consideração essa condição ideal a priori, na qual as partes respeitam-se mutuamente, de forma adequada e justa, uma vez que a má-fé poderá ser descoberta no decorrer do processo (RIZZATO, 2012).

Logo, com a efetivação deste princípio, nota-se o surgimento de deveres secundários ou laterais de contratação, podendo ser a contratação de livre acordo entre as

partes, por já estarem cientes de seus direitos e deveres. Por isso se presume que ambas as partes atuam de forma a garantir os interesses individuais uma das outra (LISBOA, 2012).

É necessário destacar as funções do princípio da boa-fé elencadas por Marques, Benjamin e Miragem (2013), sendo elas funções básicas desempenhadas por este princípio: “1) função criadora, sendo conhecidos como deveres secundários ou anexos; 2) função limitadora, que restringe o exercício abusivo de direitos subjetivos; 3) função interpretadora, na qual a partir do princípio da boa-fé se compreende a relação de consumo”.

A boa-fé objetiva então vai ser usada como um termômetro para as condutas, pois ao violar os deveres impostos pela boa-fé, essa prática será considerada abusiva, decorrendo os deveres de informar, de cuidado e cooperação entre as partes contratantes (MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, 2013).

Em relação ao princípio da boa-fé objetiva no que tange a prática da obsolescência planejada foi discutido pelo Superior Tribunal de Justiça no Recurso Especial nº 984.106. No qual aborda o que mais acontece no mercado em relação à vida útil dos eletrônicos, principalmente os celulares, que cada vez mais duram menos tempo e suas peças de troca possuem preços elevados inviabilizando o conserto e com isso estimulando o consumidor a adquirir um produto novo, e assim continua o ciclo (BERGSTEIN, 2014).

Nesse sentido o sítio do Jornal Folha de São Paulo destacou uma decisão recente em relação a obsolescência planejada, na qual a Agência Reguladora da Concorrência da Itália multou as duas maiores produtoras de aparelhos celulares, a Apple e Samsung, pela limitação deliberada da vida útil de seus produtos. Decisões como esta, são importantes pois, alertam a sociedade de consumo para esta prática, que muitas vezes as disfunções são causadas por atualizações ordenadas pelas empresas fabricantes. As práticas em que foram condenadas as duas empresas são: 1) redução deliberadamente da velocidade dos aparelhos antigos; 2) atualizações no sistema operacional que provocam disfunção aos aparelhos antigos; 3) a não informação em relação a bateria de lítio; entre outras (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018).

The screenshot shows the top navigation bar of the Folha de S. Paulo website. It includes links for 'UOL HOST', 'PAGSEGURO', 'CURSOS', and 'LOJA VIRTUOL' on the left, and 'BUSCA', 'BATE-PAPO', and 'EMAIL' on the right. The main header features the 'FOLHA DE S. PAULO' logo with three stars below it. A secondary navigation bar contains 'MENU', 'ASSINE', 'ENTRAR', and 'BUSCAR'. Below this, there are breadcrumb links: 'tec > the wall street journal > games'. A 'TEMPO REAL' banner reads 'Acompanhe as últimas notícias após 2º turno das eleições'. The article title is 'Itália multa Apple e Samsung por obsolescência programada', with a subtitle: 'Decisão é uma das primeiras do mundo contra as empresas em limitação deliberada da vida útil de celulares'. There are also social media sharing icons and a 'PUBLICIDADE' label in the bottom right corner of the article area.

Fonte: sítio Jornal Folha de São Paulo, disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/10/italia-multa-apple-e-samsung-por-obsolescencia-programada.shtml#comentarios>

Essa decisão demonstra a prática da obsolescência planejada de forma desleal por parte dos produtores, ferindo o princípio da boa-fé devendo ser combatida. Mas, também é importante mencionar que o mero lançamento de um produto mais atual no mercado não significa que o fornecedor cometeu prática comercial abusiva e violação do princípio da boa-fé objetiva. Porém, o artigo 32, parágrafo único do CDC, determina que mesmo após o lançamento de um produto mais atual, o fornecedor deverá manter no mercado componentes e peças dos modelos mais antigos por um período que seja considerado razoável ao uso do produto, assim, o consumidor que não comprar o produto mais atual, terá a possibilidade de concertar o seu produto com as peças existentes no mercado (BERGSTEIN, 2014).

### 3.1.3 Princípio da Transparência

Princípio previsto na Política Nacional das Relações de Consumo do CDC, como conduta que deve ser respeitada nas relações de fornecedor e consumidor, oriundo do princípio da boa-fé (LISBOA, 2012), o princípio transparência é aquele que determina o “dever de informar” e o “direito de ser informado”, sendo o primeiro prática de quem oferece o produto ao mercado e o segundo é a figura do consumidor que nesse momento fica

vulnerável em relação ao fornecedor que é quem detém a informação sobre os produtos e serviços (NEVES; TARTUCE, 2017).

Ao analisar a existência da previsão expressa do princípio da transparência no CDC, Claudia Lima Marques (2011) observa que é utilizado para que haja mais equilíbrio nas relações de consumo, que seja uma relação menos danosa e mais verdadeira entre as partes, ou seja, para que o consumidor saiba o que de fato está comprando e tenha a livre escolha entre os produtos através das informações dispostas pelos fornecedores. Devendo, portanto, o fornecedor garantir a clareza nas informações acerca do produto comercializado ou serviço negociado antes mesmo da contratação.

Este princípio está previsto no artigo 6º, inciso III, que tem o objetivo de informar e ainda, o que diz no artigo 46, ambos do CDC, pela obrigação de apresentar previamente o conteúdo do contrato (NUNES, 2012). Podemos usar como exemplo de desrespeito ao princípio da transparência relacionado à prática da obsolescência planejada a publicidade que ludibria o consumidor em relação a durabilidade de seu produto, vejamos:

Quando a publicidade apresenta um produto sem as devidas informações, negligenciando o dever de esclarecimento, iludindo o consumidor e induzindo-o a erro, que adquire um bem de consumo, pensando em uma durabilidade que, mais tarde, constatará não condizer com a realidade, configura a abusividade da prática da obsolescência planejada (CABRAL; RODRIGUES, 201X, s.p.).

É notório que a maioria das campanhas publicitárias utilizadas pelos fornecedores ludibriam os consumidores no que se refere à durabilidade do produto, uma vez que uma técnica de mercado é utilizada em um semestre para a venda de um produto que já encontra-se defasado no semestre seguinte, mas sempre vendido como o melhor, o mais durável, mais rentável, entre outras qualidades ditas pelos fornecedores ao tentar tornar a obsolescência planejada uma prática aceitável.

O dever de informar sobre os produtos de forma clara e verdadeira é do fornecedor, pois ele é quem detém o monopólio da informação, tanto técnica como administrativa do produto, dever esse que decorre do princípio em questão. No momento em que o fornecedor omite informações necessárias ao consumidor, ele poderá responder pelo ato, sob pena de várias culminações legais, entre elas até mesmo a não vinculação do consumidor a cumprir cláusulas advindas da relação de contrato (CABRAL; RODRIGUES, 201X).

### 3.2 O Direito à proteção contra práticas abusivas e a prática da obsolescência planejada

Prática abusiva é toda conduta que entra em contradição com o espírito da lei consumerista, não obedecendo os princípios consumeristas e as práticas e cláusulas vedadas no artigo 39 do CDC (NEVES; TARTUCE, 2014).

O Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 6º, inciso IV proíbe de forma incondicional a prática abusiva, *in verbis*:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; (BRASIL, 1990)

Para Rizzato (2012), a prática abusiva decorre de um abuso do direito que é basicamente o resultado do excesso de exercício de um direito, capaz de causar dano a outrem. Ou seja, é quando o titular do direito o utiliza de forma irregular, desleal de forma a atingir o direito de outrem.

O rol de práticas abusivas disposto no artigo 39 do CDC é meramente exemplificativo, ou seja, elas podem ser configuradas de outras maneiras a depender do caso concreto, se estas práticas decorrerem da violação dos princípios consumeristas, como por exemplo o da boa-fé. A abusividade se dá através de práticas que tornam o consumidor ainda mais vulnerável, ou seja, como já vimos, o consumidor, em algumas situações, se torna mais vulnerável quando o fornecedor fere os princípios da boa-fé e transparência. (MIRAGEM, 2014).

Como já visto, a obsolescência planejada é a redução artificial dos produtos para incentivar o consumo repetitivo e com isso o aparecimento de mais produtos no mercado para a substituição de produtos “velhos” de forma mais rápida. E ainda os fornecedores retiram do mercado as peças dos produtos velhos, com a intenção de forçar o consumidor a comprar o produto mais novo. Utilizam ainda da publicidade e técnicas de mercado para ludibriar os consumidores e fazer com que acreditem que é melhor adquirir o produto mais novo. Essa prática é corriqueira e inegável, um exemplo bem próximo que pode estar em suas mãos, é o aparelho de celular da marca Iphone. Os modelos são atualizados frequentemente podendo em menos de um ano o seu aparelho se tornar defasado. (MORAES, 2015)

Com isso, muito se questiona de como a tutela jurisdicional pode assegurar a vulnerabilidade do consumidor. O Código de Defesa do Consumidor não expressa de forma

clara a prática da obsolescência como abusiva, mas em seu artigo 32 faz menção à permanência de peças de produtos antigos no mercado por um tempo razoável, vejamos:

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.  
Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei. (BRASIL, 1990)

Nesta senda, pode-se concluir que é considerada prática abusiva quando o fornecedor retira do mercado, sem respeitar o prazo razoável previsto em lei, as peças capazes de concertar possíveis defeitos de durabilidade dos produtos ofertados pelo fornecedor, pois o consumidor adquire o produto considerando durável, e após o prazo de garantia se depara com a durabilidade reduzida, apresentando defeitos ou até mesmo parando de funcionar (CABRAL; RODRIGUES, 201X).

Atualmente o Código de Defesa do Consumidor tem sido bastante utilizado com o aumento das relações de consumo, e tem as práticas abusivas qualquer ato do fornecedor que se utilize do seu poder para se sobressair de forma satisfatória sobre o consumidor. Mesmo que essas práticas não estejam explícitas em lei, mas que contrariem de alguma forma os princípios consumeristas são consideradas práticas abusivas. Por não estar explicitamente prevista no CDC e também por não ser tão fácil de detectar para efetuar denúncias que como consequência teriam investigações sobre o assunto, a obsolescência planejada ainda é uma prática utilizada pelos fornecedores contrariando a boa-fé objetiva que deve ser observada em todas as relações de consumo.

Portanto, após atrelados os meios pelo qual a obsolescência planejada é praticada, é importante mencionar que da mesma forma em que essas práticas são danosas ao consumidor, elas também podem atingir o meio ambiente. De modo que com a rotatividade de produtos no mercado, há um aumento de poluição, sendo incompatível com os ideais de sustentabilidade e proteção ao meio ambiente salvaguardados na Constituição Federal de 1988. Diante disso algumas das soluções sustentáveis para essa prática corriqueira que acaba lesando o meio ambiente, serão abordadas no próximo capítulo.

#### **4. O DESENVOLVIMENTO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL COMO COMBATE À OBSOLESCÊNCIA PLANEJADA**

A sociedade de consumo é predominada pelo consumismo exacerbado, pelo qual os avanços tecnológicos são constantes e com isso causa a degradação ambiental. Com o surgimento de novos aparelhos eletrônicos, houve maior incentivo ao consumo desenfreado causado pela obsolescência planejada, a qual já foi conceituada, que nada mais é do que a redução da durabilidade desses produtos, ocasionando uma troca rápida, fomentando lucro aos empresários.

Essa prática é considerada abusiva, como já visto, pois fere os princípios consumeristas salvaguardados na Constituição Federal e no Código de Defesa do Consumidor. Ocorre que, “além de lesar o consumidor de forma direta, causa impactos ao meio ambiente, pois o mercado de consumo acelera a fabricação de produtos que cada vez tem seu tempo de vida útil diminuído, sendo substituídos em um pequeno espaço de tempo” (HOCH, 2016, p. 2) Logo, são descartados no meio ambiente sem nenhum tipo de destinação segura e sustentável. Com isso, nota-se a violação do direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado como disposto na Constituição Federal de 1988.

Diante disso, o presente estudo vai analisar os impactos ambientais trazidos pelo consumo exacerbado de produtos e as possíveis soluções através da prática de desenvolvimento sustentável para a redução de descarte excessivo de produtos para evitar maiores degradações ambientais.

##### **4.1 Os impactos ambientais causados pelo descarte excessivo de produtos**

Como já se sabe, na sociedade contemporânea há a cultura de consumo, o qual não é caracterizado como um mal, mas quando praticado de forma excessiva, na qual está ligada à prática da obsolescência planejada, traz como consequência o descarte excessivo. Com isso há uma grande produção de resíduos sólidos que agravam a crise ambiental sofrida.

Édis Milaré faz um alerta às grandes transformações que ocorreram no mundo nos últimos anos, ao passo de dá a devida importância ao aceleração da evolução das tecnologias após os efeitos da crise financeira de 2008 a se tratar de transformações sociais. Além disso, as houve uma crescente na degradação do meio ambiente, como o efeito estufa e o aquecimento global, que ocasionou uma total desordem no ecossistema. Transformações

estas que demonstram a necessidade de mudança efetiva no estilo de vida da sociedade de consumo em geral (MILARÉ, 2013).

É possível notar que com os avanços tecnológicos e a diminuição do ciclo de vida útil dos aparelhos eletrônicos provocam um crescimento desmedido de lixo eletrônico, que ao não ser destinados ao descarte adequado, pode causar danos preocupantes ao meio ambiente e porque não dizer também à saúde. Nesse sentido, destaca Bauman (2008, p. 45):

Novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos; o advento do consumismo inaugura uma era de ‘obsolescência embutida’ dos bens oferecidos no mercado e assinala um aumento espetacular na indústria da remoção do lixo (BAUMAN, 2008, p. 45).

Diante desse descarte de forma mais rápida em um espaço curto de tempo de forma insustentável, nota-se que a “capacidade de regeneração da Terra não acompanha a procura: o homem transforma os seus recursos em lixo mais rapidamente do que a natureza pode transformar lixo em novos recursos” (LATOUCHE, 2012, p. 38). Perante esse consumo insustentável, a produção de lixo eletrônico que é descartado sem nenhum tipo de destinação segura, vai de encontro com o ideal de meio ambiente ecologicamente equilibrado previsto na Constituição Federal de 1988, prejudicando portanto a sociedade como um todo e o meio ambiente.

Mas, esses impactos não são causados somente pelo lixo eletrônico, ele é o mais tóxico, mas não único. Edis Milaré cita, por exemplo, que a utilização de CFCs (clorofluorcarbono) é uma das principais causas do buraco na camada de ozônio. Grande parte dos impactos ao meio ambiente está ligado a utilização de bens, produtos ou serviços, que de alguma forma se tornaram necessários para a sociedade. Os produtos são fabricados para satisfazer a sociedade, e esta os consomem e descartam quando não são mais úteis para o consumo (MILARÉ, 2013).

Logo, outro aspecto a ser levado em consideração é a responsabilidade do consumidor. Pois, ele é responsável, de certa forma, pelo uso inadequado e desnecessário dos produtos que adquire, já que as necessidades reais ou supérfluas não param de crescer, alerta o autor. Essa responsabilidade é refletida na atual economia moderna, que sempre cria novas necessidades para os consumidores (MILARÉ, 2013).

Devendo então haver uma mudança na sociedade de consumo de seu estilo de vida, nesse sentido Spínola adverte: (2001, p. 2010):

O modelo de progresso difundido atualmente, que estimula um consumo exagerado e que mercantiliza os recursos naturais é insustentável e precisa ser revisto. Esse modelo de desenvolvimento excessivamente consumista é altamente impactante

tanto do ponto de vista social como ambiental. É por isso que a grande questão que se coloca hoje em dia é a busca de um novo modelo de desenvolvimento e de consumo que não cause tantos impactos no meio ambiente, que seja ecologicamente sustentável e que promova uma melhor distribuição da riqueza no mundo. Para adotar a ética da vida sustentável, os consumidores deverão reexaminar seus valores e alterar seu comportamento. A sociedade deverá estimular os valores que apoiem esta ética e desencorajar aqueles incompatíveis com um modo de vida sustentável (SPÍNOLA, 2001, p. 2010).

O direito ao meio ambiente pode-se encaixar como direitos e garantias constitucionais, mesmo não estando disposto no rol Dos Direitos e Garantias Fundamentais do art. 5º da Carta Constitucional de 1988, devendo ser respeitado tanto pelos produtores quanto pelos consumidores, conforme afirma Sarlet (1998, p. 123):

Apesar de o direito ao meio ambiente equilibrado não se incluir no catálogo dos direitos fundamentais do art. 5º da Constituição Federal de 1988, trata-se de um direito fundamental, definido como típico direito difuso, inobstante também tenha por objetivo o resguardo de uma existência digna do ser humano, na sua dimensão individual e social (SARLET, 1988, p. 123).

Ao relacionar o fenômeno da obsolescência programada, o consumismo e meio ambiente, resta claro que a obsolescência planejada deve ser combatida. Pois, além de atingir diretamente os direitos do consumidor, também é responsável por diversos impactos ambientais. Nesse sentido, Bergstein (2014, p. 3) alerta 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 (BERGSTEIN, 2014, p. 3).

Diante disso, o desafio é “pensar o futuro a partir de uma percepção socioambiental, que aponte para a conciliação da proteção da biodiversidade e desenvolvimento” (ARAÚJO, 2013, p. 289), impondo portanto, uma certa mudança nos hábitos de forma que se passe a pensar no meio ambiente ao produzir, consumir e descartar, prevenindo assim a degradação da natureza em todos os aspectos.

#### **4.2 O consumo sustentável e a obsolescência planejada**

O consumo sustentável traz à tona dois direitos que devem ser respeitados, o direito ao consumo e à sustentabilidade. Há uma necessidade de proteção ao meio ambiente para gerações presentes e futuras no direito ambiental, o que faz concluir que o consumo

sustentável não está relacionado exclusivamente ao propósito econômico (SARLET; FENSTERSEIFER, 2015, p. 254-255).

Quando fala-se em consumo sustentável ligeiramente faz-se a ligação ao meio ambiente, tendo em vista que os recursos para a produção dos produtos que serão utilizados pela sociedade, são retirados dele (GARCIA, 2016, p. 95). Por isso, há a responsabilização por essa utilização de recursos naturais por parte dos fornecedores/fabricantes, como uma tentativa de não tornar o avanço do mercado um vilão para o meio ambiente.

Nesta senda, o autor Leonardo Garcia (2016, p. 97) fala sobre essa responsabilização no Direito do Consumidor:

[...] o CDC, embora não mencione expressamente a expressão “consumo sustentável”, promove e defende somente um consumo que propicie uma melhora na qualidade de vida do consumidor. Isso somente será possível se o mesmo for sustentável, agredindo o menos possível o meio ambiente (GARCIA, 2016, p. 97).

Como já se sabe, entende-se por obsolescência planejada a forma em que os fornecedores fabricam seus produtos de forma que sua duração seja programada, ou seja, o produto é criado para perder sua utilidade, utilizado de forma estratégica para tornar o produto vendido atrativo, mas não atrativo o suficiente em relação à próxima versão deste, fazendo com que a sociedade de consumo, que atrela a felicidade ao consumismo, queira sempre ter o produto mais atualizado de determinada marca.

Com a prática da obsolescência planejada já reiterada na sociedade de consumo, resta para a sociedade buscar meios para solucionar os impactos ambientais trazidos por ela, por meio do desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, Sarlet e Fensterseifer destacam que o consumo sustentável por sua vez está relacionado à participação pública em matéria ambiental, pois as práticas de consumo de bens e serviços dos indivíduos também conformam um espaço de atuação política, e não tem portanto, um propósito exclusivamente econômico (SARLET; FENSTERSEIFER, 2015, p. 254-255).

Como alternativa, deve-se buscar o consumo sustentável, definido pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) como sendo:

[...] o fornecimento de serviços e de produtos correlatos, que preencham as necessidades básicas e deem uma melhor qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se diminui o uso de recursos naturais e de substâncias tóxicas, assim como as emissões de resíduos e de poluentes durante o ciclo de vida do serviço ou do produto, com a ideia de não se ameaçar as necessidades das gerações futuras.

Patrícia Hoch (2016, p. 10) traz a análise do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor sobre a forma com que o Estado, as empresas e os consumidores devem agir para o desenvolvimento do consumo sustentável, sendo portanto:

[...] essa mudança comportamental em favor do desenvolvimento e do consumo sustentável envolve a mudança de hábitos cotidianos de consumo, demandar as empresas informação, produtos e serviços mais sustentáveis para os consumidores e exigir dos governantes políticas públicas integradas que estimulem padrões mais sustentáveis de produção e consumo (HOCH, 2016, p. 10)

Para isso, é necessário promover e desenvolver a educação ambiental, conforme salienta Ortigoza (2007, p. 61-62):

Despertar um consumo ecologicamente consciente é a grande meta para se atingir o consumo sustentável; para tanto, é necessário desenvolver hábitos de consumo mais responsáveis e que apresentem um menor volume de desperdício. Esse processo, que é extremamente assentado em uma educação ambiental, almeja primeiramente a redução, afinal nem tudo o que consumimos é realmente necessidade. Posteriormente, mas não menos importante, é educar para a reutilização, pois muitos dos produtos que consumimos podem servir para novos usos. A introdução dessa prática em nossas vidas também minimiza o impacto dos descartáveis. E atrelada a esses objetivos está a necessidade de reciclar os produtos já utilizados, ou seja, introduzi-los novamente no sistema produtivo de forma que se transformem em novos produtos (ORTIGOZA; 2007, p. 61-62).

Para a concretização da proteção do meio ambiente é necessário que o Direito e a Sustentabilidade se entrelacem de uma maneira que a sociedade cumpra o que está previsto em lei. Com isso a função do Direito “é sistematizar e regular as questões que envolvem consumo e meio ambiente, utilizando-se de instrumentos jurídicos de prevenção, reparação, informação, monitoramento e participação” (MACHADO, 2007, p. 127).

Quando se fala em conscientização da sociedade como meio de solução para o consumo insustentável, está relacionado ao fato de que a natureza não é uma fonte inesgotável de energia e matéria-prima, assim como é impossível receber todos os dejetos despejados de produtos eletrônicos ou não no meio ambiente. O que implica a concluir que, se o que traz o dano é o consumo exagerado, então deve-se desenvolver outro modelo de consumo (SPÍNOLA, 2001, p. 213), vejamos:

O modelo de progresso difundido atualmente, que estimula um consumo exagerado e que mercantiliza os recursos naturais é insustentável e precisa ser revisto. Esse modelo de desenvolvimento excessivamente consumista é altamente impactante tanto do ponto de vista social como ambiental. É por isso que a grande questão que se coloca hoje em dia é a busca de um novo modelo de desenvolvimento e de consumo que não cause tantos impactos no meio ambiente, que seja ecologicamente sustentável e que promova uma melhor distribuição da riqueza no mundo. Para adotar a ética da vida sustentável, os consumidores deverão reexaminar seus valores e alterar seu comportamento. A sociedade deverá estimular os valores que apoiem esta ética e desencorajar aqueles incompatíveis com um modo de vida sustentável (SPÍNOLA; 2001, p. 213).

Esse tema do consumo sustentável foi abordado na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, ocorrida no Rio de Janeiro, em 1992, que resultou numa série de documentos, entre eles a Agenda 21 e a Declaração do Rio sobre meio Ambiente e Desenvolvimento, salienta Patrícia Hoch (2016, p. 11).

A citada Agenda 21, estabelece como solução ligada à mudança comportamental relacionada aos meios de consumo e fabricação de produtos, a partir da atuação do governo ao estimular grupos de consumidores indivíduos e famílias por meio da “(...) oferta de informações sobre as consequências das opções e comportamentos de consumo, de modo a estimular a demanda e o uso de produtos ambientalmente saudáveis” (ONU, 1992).

Como já citado, a Agenda 21 recomenda que seja feita ações em conjunto entre o governo, a indústria e a sociedade em geral, com o objetivo de reduzir a geração de resíduos e de produtos descartados. Estimula as seguintes ações: “a) reciclagem nos processos industriais e do produto consumido; b) redução do desperdício na embalagem dos produtos; c) introdução de novos produtos ambientalmente saudáveis”. A consequência disso reflete diretamente no desestímulo à obsolescência programada e à compra exacerbada de produtos desnecessários (HOCH, 2016, p. 12).

Com isso, conclui-se que é imprescindível que seja feito um esforço coletivo, no qual atuam como figuras principais o Estado e a sociedade na busca pelo consumo sustentável. Como assevera Fátima Portilho (2005, p. 119):

Uma política de sustentabilidade pressupõe uma transformação de estruturas e padrões que definem a produção e o consumo, avaliando sua capacidade de sustentação. Meio Ambiente deixou de ser relacionado apenas a uma questão de como usamos os recursos (os padrões), para incluir também uma preocupação com o quanto usamos (os níveis), tornando-se uma questão de acesso, distribuição e justiça (PORTILHO, 2005, p. 119).

Ainda na perspectiva de o consumidor ser o autor na busca pela redução de degradações ambientais, Fátima Portilho (2005, p. 03) apresenta como uma possível solução, o consumo sustentável, que antigamente era conhecido como “consumo verde”, de forma a identificar o consumidor de acordo com as seguintes definições:

O consumidor verde foi amplamente definido como aquele que, além da variável qualidade/preço, inclui em seu “poder de escolha”, a variável ambiental, preferindo produtos que não agridam ou sejam percebidos como não-agressivos ao meio ambiente. Dessa forma, o movimento de consumo verde enfatizou a habilidade dos consumidores agirem em conjunto, trocando uma marca X por uma marca Y, ou mesmo parando de comprar um determinado produto, para que os produtores percebessem as mudanças na demanda. As ações e as escolhas individuais motivadas por preocupações ambientais passaram a ser vistas como essenciais, e o consumidor como o responsável, através de suas demandas e escolhas cotidianas,

por mudanças nas matrizes energéticas e tecnológicas do sistema de produção (PORTILHO, 2005, p. 03).

Porém, a responsabilidade sobre esse aspecto, seria apenas do consumidor, estando “livres” de responsabilidade o Estado e as empresas, o que seria bastante perigoso, tendo em vista que os impactos ambientais não estão relacionados somente ao descarte de produtos, como também o uso de recursos naturais em sua fabricação. Além disso, o Estado estaria inerte ao seu dever constitucional de proteção ao meio ambiente (PORTILHO, 2005).

Outra solução possível é a utilização de políticas públicas com intuito de conscientizar o consumidor, assim pontua Portilho (2005, p. 3-4):

A proposta de consumo verde é dominada por análises que consideram que se os consumidores tiverem conhecimento suficiente, eles terão a necessária “consciência ambiental” que os levará a atitudes e comportamentos ambientalmente benignos. Essa questão seria facilmente enfrentada com uma maior ênfase em programas informativos e estratégias de eco-rotulagem. (COHEN apud PORTILHO, 2005, p. 3-4).

No entanto, esta solução estaria vinculada somente ao Estado e ao consumidor, estando, as empresas continuariam a agir da mesma forma em relação a fabricação de produtos, que estaria destinada aos aspectos em que a sociedade apontasse interesse, utilizando os recursos naturais de maneira não ecológica.

Com isso, Fátima Portilho (2005, p. 4) traz uma possível solução na qual consiste em atos ligados a três esferas, as ações coletivas, as mudanças políticas e as mudanças institucionais, como proposta de consumo sustentável. Estando relacionado como cada esfera deve agir:

A alternativa para as ações individuais seria estabelecer um compromisso com a moralidade pública, através de ações coletivas, e implementar políticas multilaterais de regulação, tanto da produção quanto do consumo. A estratégia de produção e consumo limpos ou verdes começa a perder espaço para uma estratégia de produção e consumo sustentáveis. O meio ambiente deixou de ser relacionado apenas a uma questão de como usamos os recursos (os padrões), para também estar vinculado à preocupação com o quanto usamos (os níveis); portanto, um problema de acesso, distribuição e justiça (PORTILHO, 2005, p. 4).

No tocante à obsolescência planejada, é necessário que se pense na reformulação da engenharia e fabricação dos produtos, de modo a tornar a obsolescência menos presente nos produtos ofertados no mercado. Mas só isso não basta para que a obsolescência seja combatida, é necessário que se mude também a própria economia e os valores da sociedade de consumo, dessa forma reduz-se o estrago ao meio ambiente, o consumo irracional, a superprodução etc. (DANNORITZER, 2011).

Além disso, para combater a obsolescência planejada é necessário que se tenha a responsabilização por essa prática. Os produtores devem ser fiscalizados pelos órgãos de defesa do consumidor, estando então os consumidores atentos quanto às disfunções dos produtos para que seja formalizada a denúncia aos órgãos responsáveis para que haja a devida responsabilização pela prática abusiva.

A obsolescência, como já estudado, atinge o direito do consumidor e ainda promove a degradação ao meio ambiente, devendo ser combatida com o Código de Defesa do Consumidor e ainda com o Direito Ambiental que é resguardado na Constituição Federal de 1988, para que não cause mais impactos no meio ambiente, evitando a extinção de animais, a destruição do solo fértil entre outros impactos causados por esta prática.

Diante disto, é possível extrair que é necessário que haja um equilíbrio entre o consumo e a preservação do meio ambiente, através de uma mudança entre o Estado, os produtores e o consumidor. A primeira de forma a prover educação ambiental ligada a sustentabilidade. Os produtores se abstendo da prática de obsolescência planejada produzindo de forma ecologicamente recomendada e por fim, o consumidor adquirindo somente o que for realmente necessário e que descarte o produto obtido de maneira adequada.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho viu-se que a sociedade consumia apenas para a suas necessidades humanas, isso de forma inicial. O consumo passou a ser uma prática enraizada na sociedade para além de suas necessidades, após as grandes Revoluções Industriais. Fase esta que teve um crescimento tecnológico e científico e com isso passou a ter produtos em larga escala, variedade de modelos para todos os gostos. Com isso, a sociedade de consumo passou a consumir de forma irracional, razão pela qual Zygmunt Bauman denominou a sociedade contemporânea como consumista.

Com isso, o consumismo passou a ser o centro das relações interpessoais, estando presente cada vez mais na vida da sociedade de forma momentânea, e a partir disso os produtos foram perdendo a sua durabilidade para satisfazer as vontades dos consumidores e para surgir novas desejabilidades com a finalidade de lucro para o mercado. Diante disso, o consumidor passou a ser identificado no mercado através de seu consumo e ainda, depositam sua felicidade no ato de consumir.

Nesse contexto de avanço tecnológico e valorização do consumo surge a obsolescência planejada, que é uma prática utilizada em grande escala pelos produtores e fornecedores de bens de consumo. Tem como característica a diminuição da durabilidade dos produtos para que haja um consumo repetitivo, e conseqüentemente, movimentar a economia.

Na sociedade de consumo contemporânea a marca da prática da obsolescência planejada está nos diversos tipos de produtos, de roupas, calçados, veículos, e eletrônicos em geral. Não é por acaso que ouvimos bastante a frase que “os produtos de antigamente duravam mais”, pois estes não estavam envolvidos em uma sociedade consumista.

Pode-se notar a obsolescência de três formas. A primeira delas ocorre pela qualidade do produto. Ou seja, o produtor escolhe usar técnica e matéria-prima inferior para que o produto se desgaste com mais rapidez, fazendo com que o produto seja substituído. Esse artifício pode ser notado em qualquer modalidade de produtos, seja os mais utilizados ou os que não são utilizados com frequência.

A segunda é marcada por inovações tecnológicas, as novas funções, quando o produtor lança uma nova função a um aparelho já existente, para que a versão anterior se torne obsoleta, devendo então ser substituída. E por fim, tem-se a obsolescência marcada pela desejabilidade, ou seja, o produto estará ligado à moda, ao que de mais atual estiver no mercado no momento da compra. Os produtos se tornam obsoletos por não serem mais

desejados pelos consumidores como os novos. Às vezes o consumidor tem um produto bem conservado em casa, mas o substitui por desejar o mais novo.

As práticas dispostas acima vão de encontro com a proteção dada ao consumidor pelo Código de Defesa do Consumidor, através de seus princípios e direitos básicos contidos nesta lei. Bem como dos princípios da vulnerabilidade (art. 6º, VIII, CDC), da boa-fé (art. 4º, III, CDC) e da transparência (art. 4º, *caput*, CDC).

Além disso, a obsolescência planejada não atinge somente a esfera do consumidor, pois o descarte excessivo gera um grande impacto ambiental. A priori a preocupação é pela utilização de matéria-prima natural, com a produção em grande escala a degradação ao meio ambiente é proporcional. Em seguida, a utilização de produtos com menor durabilidade incentiva o descarte excessivo, gerando uma quantidade considerável de resíduos sólidos e um dos mais tóxicos. A preocupação se dá pelo descarte inadequado, uma vez que esse tipo de produto é descartado em um curto espaço de tempo, o qual vários produtos são visíveis nas três formas de prática da obsolescência planejada.

Ocorre que a solução para esta prática não é nada fácil, tendo em vista que o consumo já faz parte da sociedade satisfazendo as inúmeras necessidades do indivíduo. Mas para manter o meio ambiente ecologicamente sustentável para presente e futuras gerações, como está salvaguardados na Constituição Federal, a sociedade de consumo e os produtores precisam colocar em prática consumo sustentável, cujo desenvolvimento poderá trazer grandes avanços no combate a obsolescência planejada e a proteção ao meio ambiente. Precisando, portanto, a lógica de produção de bens e de consumo ser reestruturada.

## REFERÊNCIAS

AFP. **Itália multa Apple e Samsung por obsolescência programada**. Folha de São Paulo, São Paulo, 24 de outubro de 2018. Disponível em:

ALMEIDA, João Batista. **A proteção jurídica do consumidor**. 6ª. Ed. São Paulo: Saraiva, 2008. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/10/italia-multa-apple-e-samsung-por-obsolescencia-programada.shtml#comentarios>> Acesso em: 26 out. 2018.

ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso de. **O Direito da Sociobiodiversidade**. In: TYBUSCH, Jerônimo Siqueira; ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso de; SILVA, Rosane Leal da. (Org.). Anuário do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFSM. 1 ed. Ijuí: Editora UNIJUÍ, 2013, v. 1, p. 269-291.

ARRUDA, Allan César de. **A Obsolescência programada na contramão do consumo sustentável no Brasil**/ Allan César de Arruda. - Marília: UNIMAR, 2017.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. 3 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

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

BENJAMIN, Antonio Herman; MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BERGSTEIN, Laís. **Obsolescência programada: prática abusiva no mercado de consumo**. Cadernos jurídicos: OAB-PR. N.55. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI173165,81042-Obsolescencia+programada+breves+notas>> Acesso em 25 set. 2018.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do Consumidor – Código de Defesa do Consumidor**. 6ª. Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)> Acesso em: 20 set. 2018

\_\_\_\_\_. Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. **Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências**. In: Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 3 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: 12 out. 2018.

CABRAL, Hideliza Lacerda Tinoco Boechat; RODRIGUES, Maria Madalena de Oliveira. **A obsolescência programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor**. LexMagister. 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: 25 set. 2018

CARVALHO, Natália Franklin Silva e. **Obsolescência planejada: da prática comercial abusiva à insustentabilidade do modelo de desenvolvimento crescentista.** São Luís: UNDB, 2017.

CUNHA, Eliani Martins da. **Bauman e a sociedade de consumidores: a transformação das pessoas em mercadoria.** Portal da Educação, Santa Catarina, [2012?]. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/bauman-e-a-sociedade-de-consumidores-a-transformacao-das-pessoas-em-mercadoria/13883>> Acesso em 20 de agosto de 2018.

DANNORITZER, Cosima. **COMPRAR, jogar fora, comprar: a história da obsolescência planejada.** 2011. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=ErMMZFOJT38>> Acesso em: 25 out. 2018

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Consumo Sustentável.** A proteção do meio ambiente no Código de Defesa do Consumidor. ed. 1ª. São Paulo: JusPodivim, 2016.

GIOLO JÚNIOR, Cildo; DUARTE, Paulo Agésipolis Gomes. A vulnerabilidade do consumidor diante da obsolescência programada. In: **Direito do Consumidor: XXII Congresso Nacional Compedi Uninove/São Paulo-SP.** 1ª ed. Disponível em: < <http://www.publicadireito.com.br/publicacao/uninove/livro.php?gt=11>> Acesso em: 25 set. 2018

HOCH, Patrícia Adriani. **A obsolescência programada e os impactos ambientais causados pelo lixo eletrônico: o consumo sustentável e a educação ambiental como alternativas.** XII Seminário Nacional de Demandas e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea. Universidade Federal de Santa Maria, Edição 2016.

LATOUCHE, Serge. **O pequeno tratado do decrescimento sereno.** reimp. Lisboa: Edições 70, 2012.

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

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo.** 3ª. Ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. **Direito Ambiental Brasileiro.** 15. ed. São Paulo: Malheiros, 2007.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

MENDES, Laura Schertel. **A proteção funcional do consumidor: Novos modelos de consumidor à luz de teorias recentes.** São Paulo: Revista de Direito do Consumidor, vol. 101, 2015.

MILARÉ, Édís. **Direito do ambiente.** 8 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. ed. 5ª. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

MONTEIRO, Tiago Rocha Barbosa. **Obsolescência programada na sociedade de consumo** / Tiago Rocha Barbosa Monteiro. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social do Departamento de Ciências Domésticas da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE – Recife, 2016. Disponível em: <[http://www.pgcds.ufrpe.br/sites/ww3.pgcds.ufrpe.br/files/documentos/obsolescencia\\_programada\\_-\\_abnt.pdf](http://www.pgcds.ufrpe.br/sites/ww3.pgcds.ufrpe.br/files/documentos/obsolescencia_programada_-_abnt.pdf)> Acesso em 25 de agosto de 2018.

MORAES, Kamila Guimarães de. **Obsolescência planejada e direito: (in)sustentabilidade do consumo à produção de resíduos**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2015.

NEVES, Daniel Amorim Assumpção; TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito do Consumidor**. ed. 6ª. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, São Paulo: Método, 2017.

NUNES, Luis Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. 7. ed. rev. e atual. – São Paulo : Saraiva, 2012.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Agenda 21 Global**. Publicada em 1992. Disponível em:

<[http://www.meioambiente.pr.gov.br/arquivos/File/agenda21/Agenda\\_21\\_Global\\_Integra.pdf](http://www.meioambiente.pr.gov.br/arquivos/File/agenda21/Agenda_21_Global_Integra.pdf)>. Acesso em: 12 out. 2018.

ORTIGOZA, Sílvia Aparecida Guarnieri. **Consumo Sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício**. In: CORTEZ, Ana Tereza Cáceres; ORTIGOZA, Sílvia Aparecida Guarnieri (Orgs). *Consumo Sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício*. São Paulo: Unesp, 2007. p. 61-62.

PORTILHO, Fátima. **Consumo Sustentável: os limites e as possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo**. EBAPE-FGV. 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512005000300005&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512005000300005&script=sci_abstract&tlng=pt)> Acesso em: 25 out. 2018

RIZZATO, Luis Antonio Nunes. **Curso de direito do consumidor**. 7. ed. rev. e atual. – São Paulo : Saraiva, 2012.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A Eficácia dos Direitos Fundamentais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1998.

SARLET, Ingo Wolfgang; FENSTERSEIFER, Tiago. **Revista de Direito do Consumidor: Notas sobre o princípio da sustentabilidade e os deveres fundamentais dos consumidores à luz do marco jurídico socioambiental estabelecido pela Constituição federal de 1988**. Ano 24. vol.101. São Paulo, 2015.

SILVA, Joseane Suzart Lopes. **A obsolescência programada dos bens na pós-modernidade: constante vício por inadequação e prática abusiva que suscitam a efetiva proteção do consumidor e do meio ambiente**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFBA, Bahia, [2012?].

SPÍNOLA, Ana Luíza S. **Consumo Sustentável**: o alto custo ambiental dos produtos que consumimos. In: Revista de Direito Ambiental. São Paulo: Revista dos Tribunais, nº 24, outubro-dezembro, 2001. p. 210-211.

SILVA, Joseane Suzart Lopes. **A obsolescência programada dos bens na pós-modernidade**: constante vício por inadequação e prática abusiva que suscitam a efetiva proteção do consumidor e do meio ambiente. Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFBA, Bahia, [2012?].

VETORE NETO, Hilário. **Obsolescência planejada**: o lançamento de tecnologias obsoletas e a lesão ao consumidor / Hilário Vetore Neto. - Marília: UNIMAR, 2016.