

OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

Uilliam Jungbluth¹; Angélica Paier¹; Jussara Mota¹; Júlia Bagatini²

Palavras-chaves: Consumidor, produto, obsoleto.

INTRODUÇÃO

A Obsolescência programada consiste no desenvolvimento ou fabricação de forma proposital de produtos que dentro de determinado período de tempo se torne obsoleto, ou seja, com problemas que impedem sua utilização e dessa forma forçam o consumidor a adquirir novo produto, uma versão mais moderna. Em outras palavras significa reduzir a vida útil de um produto para aumentar o consumo de versões mais recentes.

A obsolescência programada surgiu com a industrialização nos países capitalistas por volta da década de 1930. Pode-se dizer que faz parte de uma estratégia de mercado que não está preocupada com a questão ambiental, portanto, nem um pouco sustentável, levando em conta apenas o consumo intenso e constante, de forma que os produtos que satisfazem as necessidades daqueles que os compram parem de funcionar em um curto espaço de tempo, sendo necessária sua substituição por outros produtos mais modernos.

O presente trabalho objetiva realizar um estudo a cerca da estratégia adotada por muitos fabricantes para venderem as versões mais modernas dos produtos.

METODOLOGIA

O estudo baseia-se na pesquisa bibliográfica voltada as relações de consumo, mais especificamente, ao incentivo ao consumo constante por meio de estratégias de mercado. Baseiam-se em obras literárias relacionadas ao tema, além de artigos científicos, tendo em vista a pouca referência ao tema nas obras disponibilizadas.

¹ Acadêmicos do Curso de Graduação em Direito pela FAI Faculdades. E-mail: uilliamjungbluth@gmail.com.

² Mestre em Direito. Professora da FAI Faculdades e Advogada.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na execução do trabalho proposto foi possível diagnosticar que a obsolescência programada está presente em nosso dia-a-dia bem mais do que imaginamos, ou seja, estamos consumindo na grande maioria das vezes influenciado por essa estratégia de mercado.

Praticamente tudo aquilo que nos rodeia foi planejado para ter determinado período de tempo de vida útil e após esse período nos vimos obrigados a adquirir novo produto e dessa vez em uma versão mais moderna que já está disponível no mercado. Essa nova versão do produto nos promete uma gama de novas tecnologias e funções, mas percebemos que nem sempre essas promessas são verdadeiras, pois são constantes as reclamações de consumidores que alegam terem sido “iludidos” com qualidades que os produtos não comportam, dentre eles à inexistência da manutenção.

Este sistema de mercado aumenta significativamente a produção de lixo, como o eletrônico e o tóxico, uma vez que os consumidores são obrigados a descartar os produtos obsoletos. A falta de informação sobre o descarte adequado destes produtos tem contribuído para o aumento dos impactos ambientais.

A economia consumista se alimenta do movimento das mercadorias e é considerada em alta quando o dinheiro mais muda de mãos; e sempre que isso acontece, alguns produtos de consumo estão viajando para o depósito de lixo. (BAUMAN, 2008, p. 51).

Na presente pesquisa foi possível diagnosticar a atuação do Estado com o intuito de reduzir abusos contra o consumidor. O Poder Judiciário aponta como prática abusiva a obsolescência programada, no Brasil aplicam-se aos casos identificados o Código de Defesa do Consumidor.

É possível acompanhar as recentes decisões dos Tribunais de Justiça Estaduais e do Superior Tribunal de Justiça que vêm caracterizando a obsolescência programada como quebra da boa-fé objetiva que deve estar presente em todas as relações contratuais, principalmente as consumeristas.

Existem, inclusive, decisões que vêm estendendo a responsabilidade do fabricante do bem, para período posterior ao da garantia contratual, levando-se em conta o que se pode esperar da vida útil daquele produto. Vianna e Herman (2007), destacam que o Código de Defesa do Consumidor consiste em um amparo para os consumidores, impedindo que seus direitos básicos sejam usurpados.

Deve-se ressaltar que a publicidade é uma ferramenta fundamental da obsolescência programada, pois por meio dela ocorre a divulgação e conseqüentemente o incentivo ao

consumo. Segundo Cavalieri Filho (2010, p. 123), a publicidade é uma poderosa força sobre o consumidor, cria necessidades de consumo, atua no inconsciente e tornar determinados produtos necessários à vida do consumidor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos estudos feitos é notória a importância de uma maior atuação do Estado, regendo e criando políticas públicas que asseguram a preservação ambiental, além de buscar mudar os padrões de consumo, impondo uma fiscalização mais rígida, desta forma buscando evitar a obsolescência programada. Para isto, os consumidores devem ser melhores informados sobre seus direitos nas relações de consumo, visando um consumo sustentável.

O trabalho realizado foi de grande valia, para a vida acadêmica e pessoal, pois levaremos este aprendizado para o nosso dia-a-dia e também para futuras discussões a cerca do tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- CABRAL, Hildeliza Lacerda, RODRIGUES, Maria Madalena. **A Obsolescência Programada na perspectiva da prática abusiva e a tutela do consumidor**. Disponível em: http://www.lexmagister.com.br/doutrina_22860424_a_Obsolencia_Programada_na_perspectiva_da_pratica_abusiva_e_a_tutela_do_consumidor.aspx. Acesso em: 10 set. 2014.
- CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- PRINTES, Christian. **Um mal a ser combatido: a obsolescência programada**. 2012. Disponível em: <http://www.idec.org.br/em-acao/artigo/um-mal-a-ser-combatido-a-obsolescencia-programada>. Acesso em: 09 set. 2014.
- RIBAS, Douglas Jr. **A polêmica em torno da Obsolescência Programada**. 2014. <http://canaltech.com.br/coluna/gadgets/A-polemica-em-torno-da-obsolescencia-programada>. Acesso em: 10 set. 2014.
- VIANNA, Daniela Rodarte; HERMAN, Otto. **O Código de Defesa do Consumidor como fator relevante no comportamento do consumidor**. 2007. Disponível em: http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Codigo_de_defesa_do_Consumidor_como_fator_relevante_no_comportamento_do_consumidor.htm. Acesso em: 07 set. 2014.