

# **V ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL II**

**EVERTON DAS NEVES GONÇALVES**

**ILTON GARCIA DA COSTA**

**LITON LANES PILAU SOBRINHO**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

**Diretoria - CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

**Diretora Executiva** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

**Representante Discente:** Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

**Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

**Secretarias**

**Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

**Comunicação:**

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

**Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

**Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

**Eventos:**

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

**Membro Nato** - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

D597

Direito, economia e desenvolvimento econômico sustentável II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Everton Das Neves Gonçalves; Ilton Garcia Da Costa; Liton Lanes Pilau Sobrinho – Florianópolis: CONPEDI, 2022.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-484-6

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Inovação, Direito e Sustentabilidade

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Economia. V Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2022 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



# **V ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL II**

---

### **Apresentação**

#### **DIREITO, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL II**

Eis que alcançamos esta alvissareira data de 15/06/2022 em que realizamos os trabalhos do GT de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável no contexto do V Encontro Virtual do CONPEDI o que, por si só, já seria compensador; não fosse considerada a grande oportunidade do reencontro dos pesquisadores de tão relevantes temas após dois anos e 3 meses de Pandemia da COVID-19. Começamos a sentir a possibilidade de retomar a “vida normal” e “plenamente presencial”; ainda que parem notícias da resistência do fatídico vírus.

Em que pese o contexto da COVID-19, nossas Universidades nunca pararam e a pesquisa, o ensino e a extensão continuaram; seja pelas atividades síncronas e assíncronas nas plataformas de ensino a distância; seja, agora, pela volta dos alunos aos bancos universitários.

Nesse mês de junho de 2022, ainda reunimos nossos esforços tão duramente conquistados no manuseio das plataformas virtuais (RNP, Moodle, ...) para, mais uma vez, demarcarmos nossa contribuição na pesquisa jurídica. O Grupo de Pesquisas do CONPEDI, Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável demarca sua trajetória, mais uma vez, com dois GTS, dias 14 e 15 de junho de 2022. Abridhantaram essas tardes de discussões, nos GT's, determinados e questionadores investigadores que; após sofrerem o crivo do double-blind peer review, tiveram seus artigos devidamente aprovados para apresentação.

Destacou-se, durante os GT's que, para além da teoria, os artigos defendidos publicamente têm o sagrado mister de apresentarem soluções e sugestões pragmáticas para o estabelecimento de políticas econômicas devidamente estruturadas pelo nosso Direito Econômico, mormente, sustentável. Para tanto, os 13 artigos apresentados foram divididos em três grupos a saber: DIREITO ECONÔMICO E SUSTENTABILIDADE, DIREITO ECONÔMICO E EMPRESA e DIREITO ECONÔMICO E SOCIEDADE.

Destarte, sucintamente, passa-se a sugerir a leitura e “degustação” dos trabalhos que seguem:

**DIREITO ECONÔMICO E SUSTENTABILIDADE:**

POLÍTICA ECONÔMICA, MUDANÇAS CLIMÁTICAS E PLANEJAMENTO URBANO SUSTENTÁVEL; de autoria de Edson Ricardo Saleme, Renata Soares Bonavides e Silvia Elena Barreto Saborita destacando a necessidade de efetivos e, socialmente inclusores, Planos Diretores para os Municípios mormente considerando a questão humanitária de perda de vidas em função da moradia em áreas propensas a desabamentos e deslizamentos, sobretudo diante do agravamento do aquecimento global e das mudanças climáticas.

NUDGES AMBIENTAIS: UMA TÉCNICA PARA A ELABORAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROTEÇÃO AMBIENTAL; apresentado por Marcelo Toffano e Rafaela Rigoldi Vidal Fabiana e, ainda sendo coautora Maria Martins Gomes de Castro analisando as contribuições dos estudos da Economia Comportamental e o nudge com enfoque na aplicação de novas técnicas de preservação ambiental.

AGRONEGÓCIO, FUNÇÃO SOCIAL E MEIO AMBIENTE. EM BUSCA DA COMPATIBILIDADE DE OXÍMOROS: DESENVOLVIMENTO E SUSTENTABILIDADE; elaborado por José Ricardo Alvarez Vianna e Jose Roberto Balan Nassif destacando que Progresso e Desenvolvimento não se confundem e; assim, o agronegócio deve focar no Desenvolvimento; no Desenvolvimento Sustentável e nos valores e fundamentos que orientam a Ordem Econômica e Financeira Pátria.

DIAGNÓSTICO INTEGRADO COMO FÓRMULA SUSTENTÁVEL DE ATIVIDADES IMPACTANTES; apresentado por Edson Ricardo Saleme, Marcelo José Grimone e Silvia Elena Barreto Saborita; destacando que as avaliações de impacto são fundamentais para o futuro sustentável do Planeta ainda propondo a análise dos métodos empregados para a emissão dos respectivos estudos de impacto ambiental (EIA) como fórmulas sustentáveis adequadas para melhor aquilatar o real nível de desenvolvimento.

O CONTRATO DE SEGURO E SUA EXIGÊNCIA COMO INSTRUMENTO CONDICIONANTE DO LICENCIAMENTO AMBIENTAL; defendido por Jaime Augusto Freire de Carvalho Marques e com coautoria de Heron José de Santana Gordilho tratando, de forma dogmática, o estudo e a análise do Ordenamento Jurídico quanto aos princípios estruturantes do Direito Ambiental e a exigência da contratação de seguro ambiental como condição para o deferimento do processo de licenciamento ambiental.

DA PRINCIPIOLOGIA DO DIREITO AMBIENTAL: RELAÇÕES ENTRE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO, SUSTENTABILIDADE E TECNOLOGIA;

elaborado por Murilo Teixeira Rainho e Eduardo Augusto do Rosário Contani abordando a principiologia do Direito Ambiental e os aspectos econômicos e tecnológicos na busca da sustentabilidade ambiental.

#### DIREITO ECONÔMICO E EMPRESA:

A ILEGITIMIDADE DOS ARGUMENTOS CONSEQUENCIALISTAS DA DECISÃO NO RECURSO ESPECIAL 1.733.103-PR (2018/0074061-5) QUE DEFINIU COMO TAXATIVA A NATUREZA JURÍDICA DO ROL DA ANS; elaborado por Sandro Mansur Gibran e Andrea Fabiane Groth Busato destacando a natureza jurídica do rol de procedimentos da ANS no Superior Tribunal de Justiça e concluindo pela imperatividade da cientificidade do argumento jurídico e a dificuldade de se legitimar a fundamentação baseada exclusivamente no consequencialismo.

O CASO GOOGLE SHOPPING: ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE AS RECENTES DECISÕES PROFERIDAS NA EUROPA E NO BRASIL; elaborado por Lis Arrais Oliveira, Suzy Elizabeth Cavalcante Koury e Ana Elizabeth Neirão Reymão tratando das questões relativas ao Antitruste, em específico no que concerne ao Caso “Google Shopping”.

HOLDING FAMILIAR E SUA IMPORTÂNCIA PARA O PLANEJAMENTO SUCESSÓRIO; defendido por Thales De Oliveira Machado e escrito em coautoria com Helaine Magalhães Medeiros Ibiapina e Manuella Campos Perdigão e Andrade Atalanio discutindo sobre a baixa eficácia no processo sucessório, dado aos impactos resultantes de problemas familiares e; ainda, ocasionando problemas de governança corporativa e dificuldade de relações com stakeholders.

DIREITOS HUMANOS E EMPRESA: UMA REFLEXÃO SOBRE O CENÁRIO TRANSNACIONAL; elaborado por Marcelo Benacchio e Queila Rocha Carmona tratando da temática dos Direitos Humanos e a empresa e sua responsabilidade ambiental, social e econômica à luz do cenário transnacional.

ASPECTOS IMPORTANTES DA FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA DA EMPRESA FRENTE À OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA; apresentado por Joasey Pollyanna Andrade da Silva, Clara Kelliany Rodrigues de Brito e Valter Moura do Carmo analisando a função social e solidária da empresa no âmbito Constitucional, a sociedade de consumo e as estratégias de obsolescência.

#### DIREITO ECONÔMICO E SOCIEDADE:

A FUNÇÃO INDUTORA DA TRIBUTAÇÃO COMO FERRAMENTA VIABILIZADORA DA INSTALAÇÃO DE UMA MONTADORA DE VEÍCULOS ELÉTRICOS NO NORDESTE BRASILEIRO; confeccionado por Gilson Luiz Da Silva, Yanko Marcius de Alencar Xavier e Josikleia Micharly do Nascimento Silva Bezerra tratando da indução da tributação em solo Pátrio para estimular o desenvolvimento da eletromobilidade no Nordeste brasileiro.

AS ALTERAÇÕES LEGAIS PARA DIMINUIR O SUPERENDIVIDAMENTO DO BRASILEIRO E SEU INEVITÁVEL FRACASSO SEGUNDO NIETZSCHE da lavra de Pedro Lucas de Amorim Lomônaco e Alexandre Antonio Bruno Da Silva estudando as inovações legais da Lei Federal n. 14.181/2021 que alterou o Código de Defesa do Consumidor e trouxe medidas para sanar e prevenir o superendividamento. Ainda com abordagem em Friedrich Nietzsche

Pela qualidade do que foi apresentado e discutido nos GT's de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável, convida-se a comunidade acadêmica e público em geral para somarem suas opiniões sobre os temas que se demonstram necessários e úteis como contribuições, para além de acadêmicas, pragmáticas e adequadas para o cenário jurídico-econômico Pátrio.

Florianópolis, SC, 15/06/2022.

Everton das Neves Gonçalves

Ilton Garcia da Costa

Liton Lanes Pilau Sobrinho

# ASPECTOS IMPORTANTES DA FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA DA EMPRESA FRENTE À OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA

## IMPORTANT ASPECTS OF THE SOCIAL AND SOLIDARITY FUNCTION OF THE COMPANY BEFORE PROGRAMMED OBSOLESCENCE

Joasey Pollyanna Andrade da Silva <sup>1</sup>

Clara Kelliany Rodrigues de Brito <sup>2</sup>

Valter Moura do Carmo <sup>3</sup>

### Resumo

O presente trabalho tem a finalidade de analisar os aspectos importantes da função social e solidária da empresa no âmbito constitucional, bem como a sociedade de consumo e as estratégias de obsolescência. O método de abordagem adotado foi o dialético, combinado com a pesquisa bibliográfica. O resultado do presente artigo pretende trazer a conscientização da obsolescência como forma positiva nos impactos ambientais. Em conclusão, a empresa deverá produzir meios que possam estimular o consumo responsável, com práticas que garantam a construção de uma sociedade justa e solidária.

**Palavras-chave:** Consumismo, Consumo, Função social e solidária, Obsolescência

### Abstract/Resumen/Résumé

The purpose of the present work is to analyze important aspects of the social and solidary function of the company within the constitutional framework, as well as the consumer society and the strategies of obsolescence. The methodology adopted was the dialectic, combined with the bibliographical research. The result of this article aims to bring about awareness of obsolescence as a positive aspect of environmental impacts. In conclusion, the company shall develop mechanisms that may stimulate responsible consumption, with practices that ensure the development of a fair and solidary society.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Consumerism, Consumption, Social and solidary function, Obsolescence

---

<sup>1</sup> Mestranda em Direito pela Universidade de Marília (UNIMAR), sendo bolsista da CAPES. Graduada em Direito e Pós-graduada Lato Sensu em Gestão em Direito e Processo do trabalho.

<sup>2</sup> Mestranda em Direito pela Universidade de Marília - UNIMAR; Mestranda em Ciências Jurídico-Políticas pela Universidade Portucalense Infante D. Henrique - UPT.

<sup>3</sup> Doutor em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Professor colaborador do mestrado em Prestação Jurisdicional e Direitos Humanos da UFT em parceria com a ESMAT.

## 1. INTRODUÇÃO

Na sociedade pós-moderna, a empresa exerce um papel amplo no desenvolvimento social e econômico. A função social e solidária da empresa transcende o direito de propriedade, em que as atividades empresárias devem atender aos princípios constitucionais, inclusive à defesa do meio ambiente, contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

A pesquisa tem como finalidade analisar os principais aspectos da função social e solidária dentro da sociedade de consumo, e os impactos ambientais decorrentes da obsolescência programada.

A questão que sobreveio foi: Quais os impactos ambientais provenientes da sociedade de consumo e como a empresa pode intervir? Para responder a esse questionamento, foi utilizada a pesquisa bibliográfica, partindo-se da análise doutrinária: leis, artigos científicos, livros, entre outros recursos. O método de abordagem adotado foi o dialético, separando os fatos, dividindo as ideias, possibilitando de forma simultânea obter o resultado a partir do confronto entre os dois.

Na visão de Hegel, o método dialético refere-se às contradições que transcendem, dando origem a novas contradições que passam a exigir soluções. De acordo o autor, o processo dialético, a contradição não são considerados como “ilógicos” paradoxais, mas como o fiel motor do pensamento e da história, pois a história é sem dúvida o pensamento que se realiza. (GADOTTI, 1995, p. 18). Assim, a pesquisa abordou os aspectos da obsolescência encontrando a solução através da educação, que tem o poder de transformar as condutas humanas.

No tópico primeiro, foi abordado o advento da função social desde a constituição de 1946 até a atual, demonstrando que mesmo com a presença do princípio da liberdade de iniciativa no desenvolvimento das atividades empresárias, a empresa deverá cumprir com a sua função social, pois a lei reprimirá práticas abusivas que desrespeitem preceitos constitucionais.

No segundo tópico, foram analisadas as transformações nas relações de consumo após a Revolução Industrial, a origem da sociedade de consumidores e o poder que o consumo, esse sobre a vida dos indivíduos.

Já no tópico terceiro, expõe o contexto histórico da obsolescência, seus tipos, impactos e algumas formas de soluções que visam mitigar a degradação ambiental em decorrência do consumismo exacerbado.

A pesquisa se justifica pelo impacto causado ao ambiente gerado pelo consumismo exacerbado, em que os recursos naturais cada vez mais tornam-se escassos, comprometendo a vida do planeta. Por outro lado, as estratégias de obsolescência para aumentar o consumo geram prejuízo para toda a sociedade, inclusive para o meio ambiente.

## **2. ASPECTOS RELEVANTES DA FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA DA EMPRESA**

No Brasil, vigora o sistema capitalista consagrado pela Constituição Federal de 1988 no Título VII da ordem econômica e financeira, no seu artigo 170 e inciso IV, assegura a livre iniciativa e a livre concorrência às empresas, restringindo o abuso do poder econômico com o intuito de dominar o mercado. Assim, refere José Afonso da Silva que a livre concorrência “é uma manifestação da liberdade de iniciativa e, para garanti-la, a Constituição estatui que a lei reprimirá o abuso de poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros” (SILVA, 1998, p. 876).

A ordem econômica está alicerçada também na valorização do trabalho humano com o objetivo de garantir a todos uma existência digna, de acordo com os ditames da justiça social, em conformidade com os princípios da soberania nacional, propriedade privada, função social da propriedade, defesa do consumidor, defesa do meio ambiente, redução das desigualdades regionais e sociais, busca do pleno emprego e tratamento favorecido para as empresas brasileiras de capital nacional de pequeno porte (BRASIL, 1988).

Na sociedade pós-moderna, é inegável a importância da empresa, pois são instituições econômicas que possuem um amplo papel, não apenas de obter lucros, mas de gerar bens e serviços que satisfazem as necessidades dos consumidores no mercado, produzindo riquezas que serão distribuídas entre acionistas, colaboradores, fornecedores, comunidade, além de proporcionar uma parcela considerável de suas receitas ao Estado (ARNOLDI; MICHELAN, 2002, p. 244). A empresa também desempenha um papel cívico, em que os lucros são destinados no desenvolvimento de atividades ou em benefício da sociedade, ou seja, o objetivo final não é maximização de lucros ou os desejos dos acionistas, e sim a “maximização do bem-estar de grupos mais vulneráveis e da sociedade como um todo, permitindo manter o status quo social” (IPEA, 2009, p. 43).

Segundo o princípio da livre iniciativa, as empresas podem atuar com liberdade, desde que não transgridam a lei. Isso significa que podem empregar todos os recursos lícitos possíveis para o desenvolvimento da sua atividade econômica. Já o Estado pode intervir de duas formas na economia: uma como agente normativo e regulador que possibilita o crescimento econômico e social, pois define e estabelece regras com maior efetividade dos processos econômicos, regulando a economia através de um conjunto de medidas administrativas, legislativas e convencionadas, que por si ou por delegação influencia, determina e controla as condutas dos agentes econômicos; e outra maneira de atuação é explorando de forma direta a atividade econômica (HENZE, 2013, p. 26).

Conforme Eros Grau, a livre iniciativa advém a liberdade e se desdobra em liberdade política, econômica, intelectual, artística, de ensino, de palavra, de ação, ao mencionar:

Livre iniciativa advém à liberdade, considerada desde a perspectiva de resistência ao poder, quanto como reivindicação por melhores condições de vida (liberdade individual e liberdade social e econômica). A liberdade se decompõe em inúmeras espécies: liberdade política, econômica, intelectual, artística, de ensino, de palavra, de ação etc. Portanto, não se pode visualizar no princípio tão somente uma afirmação do capitalismo, pois a ordem econômica constitucional deve assegurar a todos existência digna, nos ditames da justiça social (GRAU, 2015, p. 199-200).

Desse modo, a livre iniciativa deve ter um valor social, em que liberdade da atividade econômica não pode ser mais expressada sem uma finalidade social, de maneira que essa atividade organizada para a produção e circulação de bens e serviços deverá ser exercida sob a égide da justiça social. É a justiça social que garante a solidariedade social por intermédio das empresas, que possibilita uma existência mais digna de todos os agentes envolvidos quer sejam empregados, produtores, consumidores, meio ambiente e a sociedade em geral (SANTOS; MENDES, 2020, p. 1726-1727).

No Brasil, a função social foi acrescida pela Constituição Federal de 1946, que foi a pioneira a determinar que a propriedade terá que cumprir com a sua função social em seu artigo 147 ao mencionar: “O uso da propriedade será condicionado ao bem-estar social. A lei poderá, com observância do disposto no art. 141, § 16, promover a justa distribuição da propriedade, com igual oportunidade para todos” (BRASIL, 1946). Já no artigo 141§ 16 trouxe a possibilidade de desapropriação por necessidade, utilidade pública ou interesse social quando diz: “É garantido o direito de propriedade, salvo o caso de desapropriação por necessidade ou utilidade pública, ou por interesse social, mediante prévia e justa indenização em dinheiro [...]” (BRASIL, 1946).

No entanto, somente após a redação trazida pela Emenda Constitucional n.º 1, de 1969, a Carta de 1967, que incluiu a função social da propriedade como princípio basilar da ordem econômica e social, ao mencionar no artigo 157, inciso III: “A ordem econômica tem por fim realizar a justiça social, com base nos seguintes princípios: [...] III - função social da propriedade” (BRASIL, 1967).

Logo, o direito da propriedade, mesmo sendo individual, deverá cumprir com a sua função social, assegurando os indivíduos, as famílias, de serem proprietários de bens que sejam para sua subsistência, salvaguardando uma existência digna. Portanto, será necessário que a empresa como propriedade do empresário desempenhe as suas atividades em conformidade com os ditames constitucionais.

Na Constituição Federal de 1988, houve uma previsão mais abrangente da função social, de acordo os dispositivos 5º, caput e inciso XXII e o artigo 170, inciso II e III:

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

[...]

XXII - é garantido o direito de propriedade;

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

[...]

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

[...] (BRASIL, 1988).

Em decorrência desses preceitos constitucionais, todo o ordenamento jurídico buscou adequar-se à nova proposta trazida pela função social. Citando como exemplo o artigo 1228, § 1º, do Código Civil (CC) de 2002, dispôs que a propriedade deverá estar em consonância com a finalidade social, bem como, no que se refere aos contratos e no artigo 421 do CC, materializa o princípio da função social.

Assim, o artigo 421 do CC traz que a “A liberdade contratual será exercida nos limites da função social do contrato” (BRASIL, 2002). Logo, os proprietários da empresa têm a liberdade de contratar o que melhor satisfaça os seus interesses em prol do sucesso no negócio jurídico. Isso significa que os contratantes podem discutir e fixar as cláusulas contratuais, como também possuem a liberdade de explorar a atividade econômica do seu interesse, desde que essa autonomia privada não entre em divergência com as normas da ordem pública e que defendam e protejam os interesses da sociedade.

Desse modo, a empresa é cumpridora da função social quando implementa uma política de geração de empregos, aumentando a renda da comunidade, favorecendo o desenvolvimento econômico, social e cultural da coletividade em que atua, de sua região ou do país, aplicando práticas empresariais sustentáveis, garantindo a proteção ambiental e o respeito aos direitos dos consumidores. Se a atuação da empresa é compatível com esses objetivos e se desenvolve em conformidade com as leis, fica claro que essa empresa está cumprindo sua função social (COELHO, 2012, p. 81).

A definição da função social da empresa é referida por Maria Helena Diniz como: “O exercício pelo administrador da sociedade por ações das atribuições legais e estatutárias para a consecução dos fins e do interesse da companhia, usando do seu poder de modo a atingir a satisfação das exigências do bem comum” (DINIZ, 1998, p. 613).

Dessa forma, fica claro que a função social do direito individual de propriedade se amolda ao interesse de toda a coletividade, afastando a ideia de propriedade individual “como corolário da liberdade individual e absoluta” (SZANIAWSKI, 2000, p. 133), impondo ao proprietário que disponha da sua propriedade de maneira a unir o seu interesse individual ao interesse coletivo.

Para o jurista francês León Duguit, a propriedade só deverá existir se for em detrimento da solidariedade social, ao referir:

O homem vive em sociedade e só pode assim viver; a sociedade mantém-se apenas pela solidariedade que une seus indivíduos. Assim uma regra de conduta impõe-se ao homem social pelas próprias contingências contextuais, e esta regra pode formular-se do seguinte modo: não praticar nada que possa atentar contra a solidariedade social sob qualquer das suas formas e, a par com isso, realizar toda atividade propícia a desenvolvê-la organicamente. (DUGUIT, 2003, p. 19).

Já para Ana Frazão, a função social da empresa como propriedade traz que: “não pode ter outra finalidade senão a de estabelecer o compromisso da propriedade e da empresa com a dignidade, ressaltando os deveres que resultam para o proprietário e para o empresário” (FRAZÃO, 2011, p. 190).

Assim, a função social da empresa demonstra um conjunto de ações que envolvem o poder-dever da instituição, ou seja, tem o poder de liberdade para empreender suas atividades e ser um influente agente socioeconômico no local do seu exercício, ao mesmo tempo em razão desse poder que lhe é atribuído tem o dever de solidariedade social perante a comunidade (ARNOLDI; MICHELAN, 2002, p. 247).

Em consonância, o artigo 3º, inciso I, da Constituição Federal estabelece os objetivos da República Federativa do Brasil, dentre os quais: “construir uma sociedade livre, justa e solidária” (BRASIL 1988). Sendo a função social gênero e a responsabilidade social ou solidária uma das suas espécies, que geram deveres bem definidos como aludem Manoel de Queiroz Pereira Calças e Simone Bento ao referir:

Função social da empresa não se confunde com a responsabilidade social ou solidária da empresa. Isto porque a responsabilidade solidária advém de comportamento voluntário dos administradores da empresa, enquanto a função social é prevista e exigida pelo ordenamento positivo estando conectada com o objeto social. Em suma: a responsabilidade solidária resulta de ação voluntária da empresa em relação às preocupações sociais e ao meio ambiente, agindo de forma cooperativa com o Estado na promoção da justiça social. (CALÇAS; BENTO, 2012, p. 28).

Já Alexandre Husni difere um pouco desse entendimento, trazendo o gênero função social como uma das espécies a responsabilidade social, sendo que está relacionada à obrigação de desenvolver a função solidária ao mencionar:

No gênero função social, a espécie da empresa socialmente responsável que vai além dos ditames legais e contratuais, na busca de ideais comunitários e sociais, implementando programas mais sofisticados de governança corporativa, preocupando-se ativamente com o meio ambiente, inclusive o de trabalho, participando de atividades que se relacionam ao social, desenvolvendo políticas de relacionamentos com *stakeholders* através de códigos de melhores práticas e colaborando ativamente no que lhe concerne para um desenvolvimento sustentável, para a inclusão social, digital ou outra de qualquer natureza. (HUSNI, 2007, p. 175-176).

Dessa forma, pode-se dizer que a solidariedade se origina de ações e condutas voluntárias que buscam uma solução mais justa, proporcionando a existência de uma vida digna aos cidadãos, assegurando garantias à liberdade de forma pacífica, preservando a colaboração entre os indivíduos. No cenário empresarial, a solidariedade deve estar atrelada à preocupação com a sustentabilidade social, nas relações interindividuais, como colaboração e respeito, objetivando a manutenção saudável das relações entre os colaboradores e os fornecedores, bem como entre a sociedade em geral (BODNAR; LANZARINI, 2020, p. 136).

Outro ponto importante é a confusão que se faz da responsabilidade social ou solidária da empresa quando se relaciona com ações filantrópicas, assim afirma Beatriz Zancaner Costa:

Ações filantrópicas são ações sociais voluntárias a serem realizadas pela empresa em benefício de qualquer comunidade ou pessoas com cuja causa a empresa simpatize. Tais ações não estão relacionadas com a atividade da empresa e podem ser dirigidas a qualquer pessoa, independente de ela estar ou não relacionada, de alguma forma, à empresa. A responsabilidade social, por sua vez, enseja ações que beneficiem os stakeholders da empresa, as quais visam a entender as demandas de certos grupos e atendê-las, ou verificar uma forma de conciliá-las com as atividades da empresa. (COSTA, 2008, p. 93).

Dessarte, a filantropia estava relacionada à caridade, limitando-se às doações realizadas por empresários e por fundações criadas por eles. Já a responsabilidade social empresarial viabiliza processos de avaliação, controle e monitorização dos investimentos sociais privados na empresa e na coletividade, ampliando suas atividades empresariais para o desenvolvimento da comunidade, auxiliando os indivíduos de forma benéfica, inclusive sob a óptica das futuras gerações. Logo, a função solidária da empresa é aquela que contribui de maneira valorosa para o crescimento e desenvolvimento social e ambiental do país (COSTA, 2005, p. 74).

Portanto, para que uma empresa desenvolva as suas atividades com autonomia, é imprescindível adotar o princípio da solidariedade social, visto que o homem é o epicentro dos

interesses empresariais, não sendo apenas objeto ou um valor econômico-financeiro, pois inexistente empresa que produza algo que não seja direcionado direta ou indiretamente à sociedade de consumo, ou seja, aos homens como consumidores (BAUMAN, 2008, p. 47).

### 3. SOCIEDADE DE CONSUMO: CONSUMO X CONSUMISMO

Atualmente, com o crescimento do capitalismo em decorrência do processo de globalização, observam-se várias mudanças no comportamento dos seres humanos quanto à forma de consumo. Dado que o consumo pode ser visto como uma prática de sobrevivência humana, a princípio não demonstra nenhum tipo de ameaças significativas ao meio ambiente, pois se considera uma das fases do ciclo natural do ecossistema terrestre (BALDISSERA; PILAU SOBRINHO, 2017, p. 19).

A partir do século XVIII, com o advento da revolução industrial, surgiu uma postura consumista devido ao aumento da produção; inovação de mercadorias levaram os indivíduos a comprar mais produtos, em que os nobres consumiam os produtos por luxo e os pobres para a sua sobrevivência. Esse período foi marcado pela mudança de comportamentos, onde o ato de consumir passou a ter prioridade na vida dos indivíduos, dando origem ao consumismo que é ato exagerado de comprar produtos e serviços, caracterizado pelo consumo excessivo (BAUMAN, 2008, p. 38).

Para Bauman, existe uma distinção entre consumo e consumismo ao referir:

Aparentemente o consumo é algo banal, até mesmo trivial. É uma atividade que fazemos todos os dias. Se reduzido à forma arquetípica do ciclo metabólico de ingestão, digestão e excreção, o consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos. [...] Já o consumismo, em aguda oposição às formas de vida precedentes, associa a felicidade não tanto à satisfação de necessidades (como suas “versões oficiais” tendem a deixar implícito), mas a um volume e uma intensidade de desejo sempre crescentes, o que por sua vez implica o uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-la. (BAUMAN, 2008, p. 37).

Logo após a revolução do consumo, a sociedade começou a criar hábitos de compra, com o intuito de obter cada vez mais bens materiais, tornando-se mero objeto, elevando-se a uma condição que potencializa as sensações efêmeras de felicidade (BAUMAN, 2008, p. 60). Nessa conjuntura, Bauman argumenta que:

O valor mais característico da sociedade de consumidores, na verdade seu valor supremo, em relação ao qual todos os outros são instados a justificar seu mérito, é uma vida feliz. A sociedade de consumidores talvez seja a única na história humana a prometer felicidade na vida terrena, aqui e agora e a cada

“agora” sucessivo. Em suma, uma felicidade instantânea e perpétua [...]. (BAUMAN, 2008, p. 60).

Dessa forma, fica evidente que o consumo não é considerado apenas uma prática desenvolvida para suprir as necessidades básicas do indivíduo, em muitos casos ele funciona como uma “válvula de escape”, devido à sensação de prazer e felicidade ao adquirir um lançamento de um produto inovador ou de uma nova compra, que resulta em um sentimento momentâneo de bem-estar, contribuindo para a mitigação das angústias humanas (BAUMAN, 2008, p. 35).

Porém, mesmo adquirindo um novo produto, as emoções não deixam de existir por tal ato de consumir, por isso há uma elevada e constante demanda por novos bens materiais, pois o desejo de consumir aponta uma relação entre as dificuldades enfrentadas pelo indivíduo da sociedade contemporânea e o desejo de superar as suas aflições, angústias e ansiedades (BAUMAN, 2011, p. 162).

A sociedade moderna era caracterizada pela solidez, ou seja, pela perenidade dos produtos, das relações sociais e de trabalho, trazia segurança e estabilidade, com o tempo essa estrutura sólida foi derretendo dando origem a sociedade pós-moderna, emergindo o individualismo, a fluidez e a efemeridade das relações e dos laços humanos, com a liquidez os produtos perderam a sua durabilidade, tornado descartáveis, intensificando uma sociedade extremante consumista ou “sociedade de consumidores” baseada na criação constante de desejos, na liquidez das relações e no consumo. Isso significa que o modelo de sociedade atual determina através do consumo a produção da identidade do indivíduo e a sua aceitação no meio social. Dessa forma, a sociedade de consumidores está embasada pelos pilares do interesse social e em uma gama de acessibilidade a produtos inovadores de consumo (BAUMAN, 1998, p. 8-9).

Logo, torna-se explícito que o próprio indivíduo está controlado por esse ciclo vicioso, em que as empresas em curto período lançam novos produtos para aguçar e/ou satisfazer os desejos humanos ou como forma de aceitação social e reconhecimento de um indivíduo como membro integrante da coletividade (BAUMAN, 2008, p. 44). Assim, Bauman menciona que a sociedade de consumidores “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).

Por isso, na sociedade contemporânea, o consumidor exemplar é o que cumpre o seu papel social, e são constantemente avaliados por sua capacidade de consumir como sinal de reconhecimento do seu valor no interior desta escala social. Dessa forma, a sua posição só estará

garantida enquanto estiver exercendo a sua função de consumidor de maneira voraz e contínua, sem pausas. Sendo excluídos da sociedade de consumidores os indivíduos que se satisfazem com a sua compra e não saem em busca de consumir os produtos inovadores do momento (BAUMAN, 2008, p. 48).

A modernidade líquida estabelece uma cultura consumista em que o consumo não é apenas uma tendência, mas sim um direito e um dever humano universal. Desde a infância, as crianças são induzidas por ações publicitárias ou pelo próprio meio social ao consumo, e através de seus pais os seus desejos são satisfeitos ao comprar aquele produto inovador para ver a sua prole feliz, assim, a sensação de prazer é associada ao consumo (BAUMAN, 2008, p. 52).

Diante disso, Milton Santos afirma que o consumo é que direciona a vida das pessoas dentro da sociedade quando menciona: “O poder do consumo é contagiante, e sua capacidade de alienação é tão forte que sua exclusão atribui às pessoas a condição de alienados. Daí sua força e o seu papel perversamente motor na sociedade atual” (SANTOS, 2007, p. 48). Então, o consumo é visto como um processo de glorificação, em que a individualidade apresenta a característica essencial para o indivíduo e a cidadania perde ou muda os seus aspectos ao se referir: “O consumo contribui ao aniquilamento da personalidade, sem a qual o homem não se reconhece como distinto, a partir da igualdade de todos” (SANTOS, 2007, p. 49).

Desse modo, a máquina de consumo produz constantemente consumidores ansiosos, habilitados e sem chance de fuga. Uma vez que essa identificação está ligada ao ato de consumir sem limites, geram-se indivíduos com insatisfação permanente, pois as inovações não se exaurem, e a todo momento surgem produtos atrativos: os eletrônicos, eletroportáteis e veículos de última geração, a moda atual das blogueiras, entre outros. O indivíduo é incessantemente bombardeado pela sociedade de consumo, que dita as regras do jogo, em que todos precisam participar de tudo, ninguém pode ficar de fora, pois todos precisam ter os seus objetos de desejos satisfeitos, ou seja, sua identidade depende do exercício desse direito (BAUMAN, 2008, p. 57).

Outro aspecto importante defendido pelo autor Zygmunt Bauman é a ideia do indivíduo ser considerado um produto de consumo, uma mercadoria desejada e desejável, em que as postagens de um novo produto nas redes sociais, os Clicks e as curtidas influenciam outros indivíduos a consumir determinado produto para que haja a aceitação da sociedade. Assim afirma Bauman:

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. (BAUMAN, 2008, p. 20).

Em síntese, a visão interpretada por Bauman é que, na sociedade de consumidores, existe uma dinâmica de mascaramento através da subjetividade, transformando os indivíduos em mercadorias. Já Karl Marx aborda o consumo em outra perspectiva, através do fetichismo da mercadoria, isto é, o caráter misterioso que o produto do trabalho apresenta no capitalismo (BAUMAN, 2008, p. 89).

Na visão de Marx, quando ocorre o desejo de comprar uma determinada mercadoria, a pessoa começa a agregar algum status ou característica que lhe concederá uma satisfação social, esse encanto e deslumbre que o consumo causa no indivíduo é chamado fetiche da mercadoria (MARX, 1996, p. 81).

As mercadorias, para o autor, têm o seu valor maior através da troca do que do uso e esse caráter místico da mercadoria não decorre do seu valor de uso. Assevera Max que “o fetichismo do mundo das mercadorias decorre do caráter social próprio do trabalho que produz a mercadoria” (MARX, 1996, p. 81). E “a mercadoria é misteriosa *por encobrir* [“ocultar”] características sociais do próprio trabalho dos homens” (MARX, 1996, p. 81).

Para Marx, o modo de produção capitalista faz com que as mercadorias ganhem vida, é como se os objetivos produzidos tivessem vida própria e agisse sobre nós. Por exemplo: Um indivíduo admira tanto o seu carro novo de tal forma, que o carro exerce uma espécie de feitiço sobre a pessoa, todas as relações sociais de trabalho que envolvem a fabricação do veículo são desconsideradas pelo consumidor, não se preocupando se o trabalhador teve uma jornada exaustiva, ou trabalhou de forma análoga à escravidão com condições desumanas e degradantes ou em ambiente inadequado (MARX, 1996, p. 82-85).

Enfim, os trabalhadores que fabricaram o veículo são transformados em apenas coisas, pois o fetichismo da mercadoria exerce o poder de sedução sobre os indivíduos, chegando a ocupar o lugar do trabalhador. Ocorre uma inversão de papéis devido à valoração da mercadoria pelo consumidor, fazendo com que o trabalhador não seja reconhecido pela fabricação do produto, tornando-se apenas coisa. A esse evento Marx chamou de coisificação, quando a criação substitui o lugar do criador (MARX, 1996, p. 304).

Então, essa busca incansável do indivíduo em satisfazer as suas necessidades através do consumo e a liquidez com que são produzidos os bens e serviços geram uma forma de “obsolescência embutida”, “cultura apressada”, “cultura agorista” que desvaloriza a durabilidade e a solidez dos produtos, igualando-o ao “velho” e “defasado”, tornando-o impróprio para o consumo, sendo descartado como lixo. Na visão de Bauman “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).

#### **4. OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA: BREVES ASPECTOS HISTÓRICOS E SOLUÇÕES**

Na sociedade pós-moderna, o consumismo impera, tornando os indivíduos cada vez mais alienados e endividados. A aquisição de um produto novo, em pouco espaço de tempo será considerado *démodé*<sup>1</sup>, em razão da necessidade irresistível de trocar frequentemente a mercadoria por outras inovadoras (MARX, 1996, p. 62).

Com o advento da Revolução industrial, a forma de vida capitalista ultrapassou a importância do ser e passou a valorizar o ter. Logo, ser consumista era uma maneira de se estabelecer socialmente. O consumismo tornou-se importante para a formação do capitalismo contemporâneo (BAUMAN, 2008, p. 12).

Entretanto, foi a partir de 1928 que o consumismo teve a sua repercussão, quando a *Printer's Ink*, uma revista influente dos EUA, publicou a frase: “Um item que não se desgasta é uma tragédia para os negócios”, daí em diante houve uma transformação do perfil de toda a sociedade. Os objetos que eram duráveis começaram a ser produzidos para não continuar perenes, sólidos, e sim líquidos, descartáveis, reduzindo cada vez mais a sua vida útil, programando o tempo de duração do produto, fazendo com que o consumidor descartasse a mercadoria e adquirisse um novo produto em curto espaço de tempo (SLADE, 2007, p. 153).

Essa estratégia também incitava a compra de produtos novos, atualizados, mais eficientes e inovadores, com o objetivo de substituir o pensamento antigo de usar o produto até o fim da vida útil, isto é, até o seu desgaste. Com isso, tentou suavizar os aspectos negativos da obsolescência de forma positiva ao aplicar o conceito “progressivo” ao de progresso (SLADE, 2007, p. 58).

Com a crise de 1929, as indústrias começaram a adotar a prática da obsolescência programada como solução para fomentar a economia em época de recessão, pois o mercado de consumidor se encontrava inoperante, e, em consequência, vários produtos estavam estocados, e os lucros das empresas foram reduzidos. Diante disso, os empresários constataram que os produtos duráveis são desfavoráveis para os negócios, pois reduzem significativamente o consumo e conseqüentemente o lucro, elevando o desemprego e a crise. A solução para a crise

---

<sup>1</sup> Significa o que saiu de moda; que já não está mais na moda.

foi reduzir propositalmente a vida útil dos produtos, com a finalidade de aumentar a venda e o lucro (BELLANDI; AUGUSTIN, 2015, p. 513-514).

O termo obsoleto é definido no “Vocabulário jurídico”, de De Plácido e Silva como: do latim *obsoletus* (velho, usado, estragado pelo tempo)”, ressaltando que na linguagem jurídica “é aplicado para expressar o que está fora de uso, ou que caiu em desuso, e foi esquecido ou desprezado” (DE PLÁCIDO E SILVA, 2010, p. 28).

De forma mais ampla, a definição da obsolescência, segundo William Cornetta, é:

- 1) redução da vida útil do produto mediante o uso de artifícios ou uso de materiais de menor durabilidade;
- 2) redução da vida útil do produto pela impossibilidade de realização de manutenção, seja pela ausência de peças para reposição ou assistência técnica, seja pela incompatibilidade entre componentes antigos e novos, incluindo softwares e suas atualizações, ou pela ausência de consumíveis, acessórios, produtos associados ou relacionados com o produto principal;
- 3) introdução de produtos ou outras condições no mercado, como fatores psicológicos, mercadológicos, tecnológicos, funcionais ou outra forma de persuasão, fazendo com que o produto funcional em posse do consumidor seja menos desejável;
- 4) redução do prazo de validade ou do número de vezes de uso do produto sem qualquer razão científica. (CORNETTA, 2017, p. 50-51).

A lâmpada foi o primeiro produto a sofrer essa estratégia, pois a princípio os seus filamentos foram criados para possuir uma vida útil de 2.500 a 3.000 horas. Porém, houve a formação do primeiro “cartel” denominado Phoebus, em que as empresas se uniam, tanto os fabricantes da Europa quanto os dos Estados Unidos, para reduzir a durabilidade das lâmpadas para 1.000 horas, aumentando o consumo em menor espaço de tempo (ROSSINI; NASPOLINI, 2017, p. 54).

Trata-se de uma “armadilha” do capitalismo, uma mercadoria durável, não fomentava a economia, não gerava lucros e riquezas, pois o consumidor demorava para descartar o produto e adquirir um novo, com isso, estagnava a circulação de mercadorias e, em consequência, o capitalismo. Desse modo, a dinamicidade lenta constituía prejuízo financeiro para os negócios. Houve, então, a diminuição do tempo útil do produto, obrigando o consumidor a realizar a sua troca frequentemente, elevando a dinâmica do capital (PACKARD, 1960, p. 53).

Vance Packard, jornalista e crítico social americano, foi o primeiro autor a tipificar a obsolescência em 3 formas: a primeira como obsolescência de qualidade (*obsolescence of quality*), quando se utiliza material inferior para que o produto tenha a sua vida útil reduzida, com a finalidade de o consumidor adquirir um novo; a segunda obsolescência é a da função (*obsolescence of function*), determinada pela organização no mercado, que traz produtos inovadores, atualizados, alterando a tecnologia do produto anterior para que seja incompatível

com as atuais tendências tecnológicas; e a terceira seria a obsolescência de desejo (*obsolescence of desirability*), que se apresenta como estratégia de marketing, com o intuito de que o produto ofertado no mercado seja objeto de desejo dos consumidores, isso significa que, mesmo que os produtos antigos estejam em perfeitas condições de funcionamento, os consumidores são induzidos, instigados a trocar o velho pelo novo produto (PACKARD, 1960, p. 55).

Nesse segmento, Serge Latouche ressalta que, para se ter êxito na sociedade de consumidores, é necessário contar com 3 elementos essenciais: “a publicidade, que cria o desejo de consumir; o crédito, que fornece os meios e a obsolescência acelerada e programada dos produtos, que renova a necessidade” (LATOUCHE, 2009, p. 18).

A publicidade foi observada como obsolescência psicológica (desejável) desde a época de 1932, quando a General Motors decidiu lançar um modelo de veículo todos os anos, assim aumentou as margens de lucro a partir do desejo dos americanos em trocar os seus veículos a cada três anos (LATOUCHE, 2009, p. 62).

Atualmente, o mercado apresenta esse tipo de obsolescência no desenvolvimento da moda e da propaganda, como é o caso da empresa Apple, que lança iPhones quase que anualmente, e os consumidores que adotam o uso dessa marca de smartphones são induzidos pelo desejo de adquirir o novo modelo, realizando a troca do aparelho ainda em perfeitas condições de funcionamento pelo modelo atual, para ficar na “moda” (GARCIA, 2018, p. 57).

Alguns empresários oferecem crediários, parcelamentos para os clientes efetuarem a troca de seus produtos por outros que apresentam melhor aperfeiçoamento técnico e tecnológico nos aparelhos, eletrodomésticos, eletroportáteis, como, por exemplo, a troca de um tanquinho pela máquina de lavar roupas ou aquele televisor antigo pela Smart TV de 60 polegadas, entre outros. Essa prática denomina-se de obsolescência técnica (GARCIA, 2018, p. 55-56).

Já na obsolescência acelerada e programada, ocorre um defeito artificial, que é propositalmente criado pelo fabricante, com o objetivo de reduzir a vida útil do produto, deixando de funcionar, obrigando o consumidor comprar um novo produto. Essa estratégia, imposta nos anos vinte, já vista anteriormente como solução para a crise de 1929, em que intencionalmente reduziram a durabilidade dos produtos, programando um prazo de vida útil a eles, que em curto espaço de tempo se tornariam obsoletos, imprestáveis e, assim, os consumidores eram obrigados a comprar um novo, de tal modo que aqueceria a economia e os EUA sairiam da recessão (GARCIA, 2018, p. 57).

Nos anos 50, a obsolescência foi evidenciada como estratégia de reduzir a durabilidade dos produtos, e foi bastante divulgada pela mídia por meio da indução do desejo em adquirir o novo, conduzindo o consumidor a comprar por hábito e não por necessidade.

Os cursos de engenharia há bastante tempo têm instruído os novos profissionais para a forma de fabricar os produtos para que esses tenham prazo de validade. Dessa maneira, torna-se habitual os indivíduos realizarem as trocas dos produtos ao longo da vida, pois aquele refrigerador não durará mais vinte anos (GARCIA, 2018, p. 58).

Outro artifício confeccionado pelos fabricantes são as modificações nos modelos das peças, caso algum produto apresente defeitos durante o uso ou deixe de funcionar corretamente, não poderá ser substituída, pois não existe mais a peça. E se caso encontrem a peça, o valor do conserto será mais dispendioso do que comprar o produto novo (GARCIA, 2018, p. 58).

Assim aborda Serge Latouche:

Com a obsolescência programada a sociedade de crescimento possui uma arma absoluta do consumismo. Em prazos cada vez mais curtos, os aparelhos e equipamentos, das lâmpadas elétricas aos pares de óculos, entram em pane devido à falha intencional de um elemento. Impossível encontrar uma peça de reposição ou alguém que conserte. Se conseguíssemos pôr mão na ave rara, custaria mais caro consertá-la do que comprar uma nova (sendo esta hoje fabricada a preço de banana pelo trabalho escravo do sudeste asiático). (LATOUCHE, 2009, p. 22).

Esse tipo de obsolescência é uma criação americana que se alastrou mundialmente pelo processo de globalização, em que esse fenômeno marcou uma transformação na economia como um todo, constituindo uma aliada para o crescimento e desenvolvimento do país (GARCIA, 2018, p. 58).

No entanto, a obsolescência programada agride diretamente o meio ambiente em pontos essenciais: no mau uso e no esgotamento dos recursos naturais e nos depósitos de resíduos sólidos, como o lixo (GARCIA, 2015, p. 90-91).

Segundo o Fundo Mundial para a Natureza (WWF), desde o dia 29 de julho de 2019, a terra entrou no alerta vermelho, pois os indivíduos começaram a consumir recursos não renováveis, o principal motivo é o consumismo, que exige cada vez mais a exploração de recursos bem maior do que a natureza pode oferecer. De acordo as Nações Unidas o aumento populacional e do consumo informa que até 2030 serão necessárias duas capacidades da terra para suportar o nível de demanda que exploram os recursos naturais (WWF, 2019).

A cada ano são extraídos em média 20% a mais de recursos naturais, porém, a natureza não consegue acompanhar essa exploração, criando assim um déficit bastante relevante no meio ambiente. De acordo com o relatório Planeta Vivo, de 2016, esse ritmo em 2050 serão necessários 2,5 planetas. O relatório ainda alerta que:

As atividades humanas e o uso dos recursos cresceram de forma tão dramática, principalmente desde meados do século 20, que colocamos em perigo vários sistemas ambientais. Esses sistemas interagem uns com os outros, de forma

que precisamos manter todos eles para sustentar o bem-estar dos seres humanos. Os impactos globais e os riscos associados aos seres humanos já são evidentes no que tange às mudanças climáticas, à integridade da biosfera, aos fluxos bioquímicos e às mudanças no sistema terrestre. (WWF, 2016, p. 14).

Já em relação aos depósitos de resíduos sólidos, o Panorama de Resíduos Sólidos no Brasil, de 2020, realizado pela Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE) demonstrou que houve no país um aumento significativo da quantidade de resíduos sólidos urbanos depositados nos aterros sanitários e lixões:

No Brasil, a maior parte dos Resíduos Sólidos Urbanos (RSU) coletados segue para disposição em aterros sanitários, tendo registrado um aumento de 10 milhões de toneladas em uma década, passando de 33 milhões de toneladas por ano para 43 milhões de toneladas. Por outro lado, a quantidade de resíduos que segue para unidades inadequadas (lixões e aterros controlados) também cresceu, passando de 25 milhões de toneladas por ano para pouco mais 29 milhões de toneladas por ano. (ABRELPE, 2020, p. 20).

Esse acúmulo de resíduos que estão sendo depositados nos aterros sanitários e/ou lixões, acaba liberando substâncias tóxicas degradantes ao meio ambiente, como, por exemplo, o chorume que penetra nos lençóis freáticos e mananciais causando a contaminação do solo e conseqüentemente da água, favorecendo o aparecimento de inúmeros problemas ambientais e de saúde.

A atividade econômica de nenhum modo pode ser realizada em desrespeito com os preceitos da proteção ambiental. A segurança ambiental não pode ser prejudicada por interesses econômicos, individuais e egoístas dos empresários, tampouco ficar submissa às motivações exclusivamente econômicas, pois a Constituição Federal defende o meio ambiente em seu artigo 170, inciso VI, e deve ser obedecida, pois esta é norma máxima do nosso ordenamento jurídico (BRASIL, 2015).

Nesse contexto de desenvolvimento sustentável e defesa ambiental, em 02 de agosto de 2010 foi criada Lei nº 12.305 que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), normalizada pelo Decreto nº 7404, de 23 de dezembro de 2010 como uma forma de amenizar para os impactos sofridos pelo meio ambiente devido aos aterros sanitários e lixões. Essa lei trouxe grandes avanços e um deles foi a implementação da Logística Reversa, que consiste no processo de inversão do caminho da logística empresarial, ou seja, aquele produto que foi descartado pelo consumidor retorna a cadeia produtiva para ser comercializado, quer seja por meio da reciclagem, substituição, reúso de materiais e descarte adequado (MIGUEZ, 2010, p. 5).

Um dos meios eficazes para desenvolver esse processo é a conscientização da população a fazer o descarte correto dos produtos, para que a partir dos canais de coleta reversa

possibilitem a recolocação desses produtos descartados ou em desuso novamente ao ciclo produtivo, readquirindo o seu valor através do reaproveitamento dos seus componentes e materiais. Para que isso ocorra com maior efetividade, seria necessário recorrer ao princípio da solidariedade empresarial, por meio de parcerias com outras empresas que tivesse disposta a trabalhar conjuntamente para garantir uma educação ambiental ao máximo de indivíduos junto as instituições de ensino, ações publicitárias de incentivos, em que cada produto de descarte receberia um crédito ou desconto para comprar um novo produto. Dessa maneira, todos adotariam condutas e comportamentos para a promoção do consumo sustentável; logo, haveria uma redução bastante relevante dos depósitos de lixos e dos aterros sanitários, o que garantiria uma maior eficácia à sustentabilidade e à proteção ambiental.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas têm um papel fundamental no desenvolvimento nacional, pois através do seu exercício geram serviços, produzem bens, asseguram o sustento das famílias e movimentam a economia. A função social da empresa vai além de promover uma sociedade justa, livre e solidária, pois constitui em assegurar condições para o consumo saudável, como implementação de logística reversa, práticas sociais que assegurem um meio ambiente ecologicamente equilibrado, conscientizando os indivíduos da escassez dos recursos naturais, a fim de preservá-lo e defendê-lo para as gerações presentes e futuras.

Diante disso, é essencial que a empresa desenvolva o seu caráter de solidariedade conjuntamente com outras empresas e instituições de ensino, adotando estratégias de educação e políticas ambientais que proporcionem a conscientização para um desenvolvimento sustentável possibilitando um maior crescimento econômico, mitigando os impactos ambientais gerados pela sociedade de consumidores.

Adotando essa forma de solidariedade coletiva, todos levantariam a bandeira do “consumo saudável”, haveria uma transformação social nas atitudes e comportamentos das pessoas que estimulariam proteção ambiental e o desenvolvimento sustentável. Com essa estratégia, todos ganhariam, inclusive o meio ambiente.

## REFERÊNCIAS

ABRELPE. Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais. **Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://abrelpe.org.br/panorama/>. Acesso: 10 jan. 2022.

ARNOLDI, Paulo Roberto Colombo; MICHELAN, Taís Cristina de Camargo. Novos enfoques da função social da empresa numa economia globalizada. **Revista de Direito Privado**, São Paulo, v. 3, n. 11, p. 244-250, jul./set. 2002.

BALDISSERA, Rafaela; PILAU SOBRINHO, Liton Lanes. O homem pós-moderno como vítima colateral da sociedade de consumo. **Revista de Direito e Sustentabilidade**, Brasília, v. 3, n. 1, p. 17 – 34, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistards/article/view/2172/pdf>. Acesso em: 10 jan. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **A Ética é possível num mundo de consumidores?** Trad. Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BELLANDI, Daniel; AUGUSTIN, Sérgio. Obsolescência programada, consumismo e sociedade de Consumo: uma crítica ao pensamento econômico. *In: XXIV Encontro Nacional do Conpedi* – UFS. Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo. Organização CONPEDI/UFS; Coordenadores: Viviane Coêlho de Séllos Knoerr, Joana Stelzer, Keila Pacheco Ferreira – Florianópolis: CONPEDI, 2015. Disponível em: <http://conpedi.danilolr.info/publicacoes/c178h0tg/i9j11a02/WQM34KU694IWz9h9.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2022.

BODNAR, Zenildo; LANZARINI, Clarice Ana. A Sustentabilidade Empresarial como Crédito Normativo à efetividade do Instituto da Recuperação Judicial. **Scientia Iuris**, Londrina, v. 24, n. 1, p. 124-141, mar. 2020. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/iuris/article/view/38866>. Acesso em: 16. abr. 2022.

BRASIL. [Constituição (1946)]. **Constituição dos Estados Unidos do Brasil (de 18 de setembro de 1946)**. Brasília, DF: Presidência da República, 2021. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao46.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao46.htm). Acesso em: 10 jan. 2022.

BRASIL. [Constituição (1967)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1967**. Brasília, DF: Presidência da República, 2021. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao67.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao67.htm). Acesso em: 10 jan. 2022.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 2021. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 10 jan. 2022.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ação Direta de Inconstitucionalidade: ADI 3540 DF**. Relator: Ministro Celso de Mello. Julgado em 03 de fev. 2015. Publicado em data de publicação DJe-025: 05 fev.2015. Disponível em: <https://stf.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/25354975/acao-direta-de-inconstitucionalidade-adi-3540-df-stf>. Acesso em: 12 jan. de 2022.

CALÇAS, Manoel de Queiroz Pereira; BENTO, Simone. A empresa: responsabilidade solidária e sustentabilidade. *In: XXI Congresso Nacional do CONPEDI-UFF/RJ. Direito e sustentabilidade.* Organização CONPEDI/UFF coordenadores: Gina Vidal Marcílio Pompeu, Ruy Cardozo de Mello Tucunduva Sobrinho. – Florianópolis: FUNJAB, 2012. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/publicacao/livro.php?gt=13>. Acesso em: 09 jan. 2022.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial: direito de empresa.** 16. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. v. I

CORNETTA, William. **A obsolescência como artifício usado pelo fornecedor para induzir o consumidor a realizar compras repetitivas de produtos e as formas de combater esta prática no CDC.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

COSTA, Beatriz Zancaner. **Objetivos da governança corporativa: a experiência brasileira.** 2008. 207 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/8033>. Acesso em: 16 abr. 2022.

COSTA, Maria Alice Nunes. Fazer o bem compensa? Uma reflexão sobre a responsabilidade social empresarial. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 73, dezembro 2005, p. 67-89. Disponível em: <https://www.ces.uc.pt/publicacoes/rccs/artigos/73/RCCS73-067-089-Maria%20Alice%20Costa.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2022.

DE PLÁCIDO E SILVA. **Vocabulário jurídico.** Atual. por Nagib Slaibi Filho e Gláucia Carvalho. 28. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010.

DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico.** São Paulo: Saraiva, 1998. v. 2-4.

DUGUIT, Léon. **Fundamentos do Direito.** Campinas: LZN, 2003.

FRAZÃO, Ana. **Função Social da Empresa: repercussões sobre a responsabilidade civil de controladores e de administradores de S/As.** Rio de Janeiro: Renovar, 2011.

GADOTTI, Moacir. **Concepção dialética da educação: um estudo introdutório.** 9. ed. São Paulo: Cortez, 1995.

GARCIA, Denise Schmitt Siqueira. A Obsolescência Programada e Psicológica e o Desequilíbrio Causado na Dimensão Econômica da Sustentabilidade. *In: SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes de; VIEIRA, Ricardo Stanziola; REAL FERRER, Gabriel (org.); GARCIA, Denise Schmitt Siqueira; CRUZ, Paulo Márcio (coord.). Consumo Sustentável, Agroindústria e Recursos Hídricos.* Itajaí: UNIVALI, 2018. (Coleção Estado, Transnacionalidade e Sustentabilidade). Disponível em: <https://univali.br/vida-no-campus/editora-univali/e-books/Documents/ecjs/E-book%202018%20CONSUMO%20SUSTENT%3%81VEL,%20AGROIND%3%9ASTRI A%20E%20RECURSOS%20H%3%8DDRICOS%20%E2%80%93%20TOMO%2004.pdf>. Acesso em: 12 jan.2022.

GARCIA, Heloíse Siqueira. **Avaliação ambiental estratégica e política nacional de resíduos sólidos**: uma análise da aplicação em suas ações estratégicas no contexto do Brasil e Espanha. Florianópolis: Empório do Direito, 2015.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. 17. ed. São Paulo: Malheiros, 2015.

HENZE, Alexander Seibeneichler. A Intervenção do Estado na Ordem Econômica: Agências Regulatórias. 2013. 74f. **Monografia** (Graduação em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/93270/000913921.pdf?sequence=1>. Acesso em: 17 abr. 2022.

HUSNI, Alexandre. **Empresa socialmente responsável**: uma abordagem jurídica e multidisciplinar. São Paulo: Quartier Latin, 2007.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Sociedade e economia**: estratégias de crescimento e desenvolvimento. Organizadores: João Sicsú, Armando Castelar. Brasília: Ipea, 2009.

LATOUCHE, Serge. **Pequeno tratado do decrescimento sereno**. Tradução Claudia Berliner. São Paulo: WMP Martins Fontes, 2009.

LONDON, Bernard. Obsolescência programada contra a crise. **PISEAGRAMA**, Belo Horizonte, n. 05, p. 12-15, 2013. Disponível em: <https://piseagrama.org/obsolescencia-programada-contra-a-crise/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

MARX, Karl. **O Capital**. São Paulo: Nova Cultura, 1996.

MIGUEZ, Eduardo Correia. **Logística reversa como solução para o problema do lixo eletrônico** – benefícios ambientais e financeiros. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.

PACKARD, Vance. **The waste makers**. Filadélfia: David McKay Publications, 1960.

ROSSINI, Valéria; NASPOLINI, Samyra Haydêe Dal Farra. Obsolescência Programada e Meio Ambiente: A geração de resíduos de equipamentos eletroeletrônicos. In: **Revista de Direito e Sustentabilidade**. Brasília, v.3, nº 1, p.51 -71, jan/jun 2017. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/revistards/article/view/2044>. Acesso em: 20 mar. 2022.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Nobel, 2007.

SANTOS, Régis Canale dos; MENDES, Murilo Estrela. Função social e solidária da empresa e o meio urbano. **RJLB**, Lisboa, Ano 6, n. 3, p. 1721-1748, 2020. Disponível em: [https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2020/3/2020\\_03\\_1721\\_1748.pdf](https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2020/3/2020_03_1721_1748.pdf). Acesso em: 09 abr. 2022.

SILVA, José Afonso. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. 15. ed. São Paulo: Malheiros, 1998.

SLADE, Giles. **Made to Break**: Technology and Obsolescence in America. London, England: Harvard University Press, 2007.

SZANIAWSKI, Elimar. Aspectos da propriedade imobiliária contemporânea e a sua função social. **Revista de Direito Privado**, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 3, p. 126-156, 2000.

WWF. Planeta Vivo **Relatório Anual**. BR. 2016. Disponível em: [https://wwfbr.awsassets.panda.org/downloads/6set17\\_wwf\\_relatorio\\_final.pdf](https://wwfbr.awsassets.panda.org/downloads/6set17_wwf_relatorio_final.pdf). Acesso em: 10 jan. 2022.

WWF. **Relatório Anual 2019**. Disponível em: <https://www.wwf.org.br/?76509/Relatorio-Anual-2019>. Acesso em: 10 abr. 2022.