

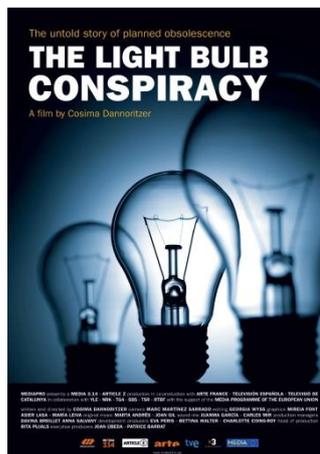


**Resenha
Review**

**A OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA E A SOCIEDADE DE
CONSUMIDORES¹**

PLANNED OBSOLESCENCE AND THE CONSUMERS SOCIETY

Libia Amaral Corrêa²



¹ Resenha do documentário: COMPRAR, Tirar, Comprar: a História Secreta da Obsolescência Programada. Direção: Cosima Dannoritzer. Coprodução: Media 3.14.e Article Z, 1 (75 min), color. 2011. Título em inglês: *The Light Bulb Conspiracy*.

² Professora de Gastronomia da UnP - Mossoró-RN e da FVJ- Aracati-CE. Mestranda em Ciências Sociais e Humanas - UERN. Bacharel em Gastronomia pela Universidade Federal do Ceará-UFC, Especialista em Ciências de Alimentos pela Universidade Estadual do Ceará-UECE e em Docência para o Ensino Superior- UnP. Cozinheira (2016) e Confeiteira (2017) pelo Senac-CE e Padeira(2018) pelo SENAI-CE. Possui graduação em Direito pela Universidade de Fortaleza (2000) e Especialização em Direito Penal-Fac. Processus DF. Tem experiência profissional na área de Gastronomia.

O documentário trabalha a problemática da obsolescência programada, sendo entrecortado pela narrativa de um homem que tem sua impressora quebrada e busca um quase impossível conserto.

Magera (2012) conceitua a obsolescência programada como a interrupção intencional da vida útil dos produtos pelo fabricante, apontando que o fator cultural da velocidade do mundo moderno reforça que é mais fácil comprar algo novo do que consertar o velho. Magera (2012) diz ainda que a obsolescência programada é uma reprodução do capitalismo, um processo planejado no qual o capital antecipa o fim de um produto. Ela é o motor secreto das sociedades de consumo. O consumo, portanto, faz com que se compre coisas das quais não se precisa, até estar rodeados delas.

Layargues (2002) aponta para a relação entre a obsolescência planejada e a criação de demandas artificiais no capitalismo. É o que se chama de obsolescência planejada simbólica, que induz a ilusão de que a vida útil do produto esgotou-se, mesmo que ele ainda esteja em perfeitas condições de uso. Simbolicamente, ele está ultrapassado, alimentando o desejo de comprar algo cada vez mais novo, mais necessário, mais moderno.

O documentário apresenta o shopping como o lugar onde toda a obsolescência programada é possível, onde todo o sistema capitalista é possível, um local de compras frequentes e repetidas. Como diz Bauman (2008): o habitat desse espírito deixa de ser a fábrica para ser o shopping. Padilha (2008) explica que o shopping center não é só um espaço de compras de objetos, mas um centro urbano de compras de serviços, alimentação e lazer. É uma cidade artificial, um espaço onírico, de sonhos, onde os problemas tentam inexistir. Todavia, ela adverte que são espaços de segregação, que classificam as pessoas socialmente, pois refletem e integram a estrutura dominante de classes. No shopping, as relações sociais são coisificadas e determinadas pelos produtos e coisas dos quais se apropriaram.

A lâmpada, símbolo de novas ideias, é o símbolo da obsolescência programada. Foi o primeiro produto a passar por um planejamento deliberado para reduzir o seu tempo de vida útil. O plano era reduzir a vida útil da lâmpada para que os consumidores precisassem comprar novas, a indústria não parasse de produzir e as vendas aumentassem. Usar e descartar, usar e descartar. As lâmpadas passam de 25 mil horas de uso, para 10 mil e então para 1000 horas úteis, tendo uma ordem deliberada de se criar componentes mais frágeis. Durar muito é uma desvantagem econômica, uma tragédia para os negócios. O produto feito com componentes mais baratos torna-se mais barato para os consumidores, consegue ser fabricado mais e deixa os consumidores felizes.

A obsolescência programada surge com a produção em massa e com a sociedade de consumo. A sociedade de consumidores surge com o “trabalho livre”, ou seja, com o capitalismo. A categoria trabalho é, portanto, central para entender o consumo. Durante a Revolução Industrial havia uma sociedade de produtores. Após a passagem para uma sociedade de consumidores há um super volume de produção e ofertas. A obsolescência programada é proposta, assim, como solução para os problemas surgidos com a quebra da bolsa de nova York e ressurgiu com força nos anos 50, como uma qualidade de todos os produtos comprados por consumidores seduzidos, desejosos de mais e mais, pelo novo, pelo melhor e pelo necessário. Padilha (2013) lembra o modo americano de viver, solidificado nesse período, que se baseia numa ideia de abundância, onde os principais

valores são a liberdade e a felicidade, em detrimento de valores como suficiência. Não há nada que seja suficiente. Por isso, tão importante passa a ser a obsolescência de deseabilidade, onde os produtos bons estão gastos na mente das pessoas, precisando serem substituídos. Como observado por Latouche, precisa-se desejar mais e mais produtos novos, substituir os que já se tem por outros mais atraentes e desejáveis, além de ter como adquiri-los com um dinheiro que ainda se vai ganhar.

Crescimento econômico aliado à obsolescência programada é a raiz para essa dinâmica da sedução. É o que Bauman (2008) diz sobre a criação, reestruturação e remodelação de novos padrões de consumo que retroalimentam a sociedade de consumidores. O *marketing* é ferramenta indispensável para esse processo e as escolas de *designers* e de publicidade ensinam aos alunos sobre a obsolescência programada. No documentário são apresentados vários exemplos sobre a ordem das indústrias para seus subordinados criarem produtos que durem cada vez menos, mesmo os que poderiam durar bastante tempo, como o *nylon* usado na confecção de meias femininas. O contrário de experiências vividas em antigos países socialistas e comunistas, onde a lógica era fazer produtos que durassem o máximo possível, utilizando menos matéria-prima possível.

Sobre o binômio liberdade e felicidade como bases do consumo atual, Baudrillard (1995) diz que essa felicidade é ilusória e as relações são precárias e frágeis. Marcuse disse: “a quantidade de bens e serviços não significa liberdade quando estes bens e serviços mantêm o controle social sobre uma vida de esforços e medo, ou seja, de alienação”. Para ele o homem não é livre e a liberdade pregada pelo consumo é uma liberdade fictícia. Além disso, o Estado do Bem-Estar Social mantém o controle através de um sistema de dominação. A satisfação das necessidades é falsa e cria um conformismo com o Estado e com a sociedade de consumo. Baudrillard (1995) diz que a lógica do Estado é a desigualdade em que não há igualdade ou liberdade e que, na verdade, para manter essa sociedade desigual, cria-se o crescimento econômico. O crescimento e a obsolescência programada são mecanismos desse controle.

A sociedade de consumidores cria a cultura consumista, um conjunto de condições para que os indivíduos interajam através do consumo. Logo, o desempenho consumista é o principal fator de estratificação social, organizando o estilo de vida, o comportamento e a forma como vivemos. Bauman (2008) afirma que a sociedade passa por um processo de comodificação, no qual, ao mesmo tempo, consome-se um produto e o indivíduo torna-se, ele próprio, um produto, sendo o valor que o indivíduo tem na sociedade contemporânea medido na sua capacidade de consumir. Portanto, a reificação cobra que indivíduos sejam mais novos, mais desejados e mais necessários tal qual os produtos que saíram das fábricas.

Baudrillard (1995) ensina que a felicidade é o bem maior na sociedade do consumo, mensurável pelos produtos e coisas que se pode comprar para que os outros saibam, vejam e lhe atribuam valor. É, portanto, uma troca de signos, tornando o consumo uma forma de interação social. O próprio homem precisa tornar-se um signo, que significa tornar-se mais do que o produto em si. Assim, o consumir é elemento importante de distinção, nesse ponto, a obsolescência programada é importante, pois é usada como motivo para adquirir o mais novo, sempre e novamente.

Por fim, o documentário aponta algumas soluções para o problema da obsolescência programada, como consertar as coisas que quebram – prática comum em países mais pobres –, ou buscar uma reformulação da produção, entendendo que há

apenas um mundo que poderia ser simultaneamente ecológico e de negócios, ligando negócios e sustentabilidade. Outro caminho apontado pelo documentário trata da mudança da própria economia, um *decrescimento*, onde houvesse a redução do consumo e da produção. Para Latouche (2009), o decrescimento visa abandonar o objetivo do crescimento ilimitado, do crescer por crescer, visando apenas lucro, com a mudança de pensamento de que podemos ser felizes trabalhando e consumindo menos (Padilha, 2013).

No mais, é questionado se a felicidade dependesse do consumo, se significaria que todas as pessoas seriam felizes. Para tanto, Bauman (2008) não só contesta a felicidade advinda do consumo, como afirma que a infelicidade deriva do excesso do consumo.

REFERÊNCIAS

Baudrillard, J. (1995). *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70.

Bauman, Z. (2008). *Vida para consumo- a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar.

Gabriel, I. M. (2020). *Herbert Marcuse- reflexões sobre a sociedade tecnológica*. Acessível em: <https://jus.com.br/artigos/5503/herbert-marcuse>. Acessado em 08/2020

Latouche, S. (2009). *Pequeno tratado do decrescimento sereno*. São Paulo: Martins Fontes.

Layargues, P. (2002). O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental. In: Loureiro, F.; Layargues, P.; Castro, R. (Orgs.). *Educação ambiental: repensando o espaço da cidadania*. São Paulo: Cortez.

Magera, M. (2012). *Os caminhos do lixo*. Campinas: Átomo.

Padilha, V. (2008). Desafios da crítica imanente do lazer e do consumo a partir do shopping center. *ArtCultura*, Uberlândia, v. 10, n. 17, p. 103-119, jul.-dez.

Padilha, V. (2013). Obsolescência programada: armadilha silenciosa na sociedade de consumo. *Revista Le Monde Diplomatique Brasil*, São Paulo: Ano 7, nº 74, p. 36-37, set.

Cronologia do Processo Editorial

Editorial Process Chronology

Recebido em: 20/12/2021

Aprovado em: 02/04/2022

Received in: December 20, 2021

Approved in: April 02, 2022