

O EFEITO DA OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA NO MARKETING

Deysiane Aparecida de Paula Gonçalves¹

Leticia Moreira de Castro Lacerda Soares Campos²

Olivia Prata de Carvalho Ivanov³

Anne Shaysa da Silva Santos⁴

Saulo De Tarso Ferreira Nascimento⁵

saulotarso.adm@gmail.com

ÁREA DO CONHECIMENTO: Ciências sociais aplicadas.

PALAVRAS-CHAVE: obsolescência programada; consumo; marketing; sustentabilidade.

1. INTRODUÇÃO

Entende-se como obsolescência programada, um processo de produção de bens com vida útil limitada e economicamente curta, tendo por objetivo aumentar a produção e o consumo dos mesmos. Essa estratégia está diretamente ligada ao marketing, que se utiliza de diferentes abordagens para reforçar o desejo de compra e sustentar o ciclo constante de consumo. Esse fenômeno não apenas sustenta o crescimento do mercado, mas também reforça práticas que impactam diretamente a sociedade e o meio ambiente. De acordo com Bauman (2010), na modernidade líquida “objetos e relações humanas se tornam descartáveis”, revelando a fragilidade de vínculos que antes eram pautados na durabilidade. Com essa premissa, esse resumo expandido visa estudar as estratégias de marketing utilizadas para sustentar o ciclo da obsolescência programada e quais os seus impactos sociais, econômicos e ambientais. A partir dessas problemáticas, o objetivo principal é estudar esse efeito e sua relação com o comportamento do consumidor, além de compreender como as empresas constroem narrativas e estratégias capazes de transformar a limitação de um produto em oportunidade de mercado.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como uma investigação de natureza qualitativa, realizada por meio de um estudo bibliográfico. Conforme definido por Severino (2014), “a pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc.” A escolha desse método justifica-se pela necessidade de compreender e discutir os conceitos, teorias e abordagens existentes sobre a obsolescência programada, especialmente em sua relação com as práticas de marketing e seus impactos na sociedade e no meio ambiente.

¹ Acadêmica do curso de Administração da Faculdade Vértix Trirriense – Univértix.

² Acadêmica do curso de Administração da Faculdade Vértix Trirriense – Univértix.

³ Acadêmica do curso de Administração da Faculdade Vértix Trirriense – Univértix.

⁴ Acadêmica do curso de Administração da Faculdade Vértix Trirriense – Univértix

⁵ Graduado em Administração, Mestrando em Administração e Marketing; Especialista em Gestão de Qualidade e Professor do curso de Administração da Faculdade Vértix Trirriense - Univértix.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A transição da produção artesanal para a manufatura em série, marco da Revolução Industrial, inaugurou a sociedade de consumo. Potencializado pela globalização e pelos avanços tecnológicos, esse modelo transformou o ato de consumir, antes restrito à satisfação de necessidades, em um símbolo de status e poder. Nesse contexto, a indústria fomenta o desejo contínuo, impulsionando um ciclo de produção e descarte que culmina no consumismo e em seus consequentes e graves impactos socioambientais (Abreu; Abreu, 2016). A análise bibliográfica demonstra que a obsolescência programada tornou-se um dos pilares do consumo contemporâneo. Segundo Bauman (2010), a modernidade líquida transforma objetos e relações humanas em bens descartáveis, sustentando uma lógica de produção voltada para o efêmero. Packard (1965) já denunciava, na década de 1960, que indústrias como a automobilística criavam no consumidor a sensação de inadequação com seus bens para impulsionar a troca. Kremer (2011) reforça que esse fenômeno se manifesta por meio da obsolescência perceptiva, na qual a dimensão simbólica do consumo — status e atualização tecnológica — se sobrepõe ao valor funcional dos produtos. A esta estratégia soma-se a obsolescência técnica e funcional, na qual os produtos são projetados com componentes de baixa durabilidade ou se tornam incompatíveis com novas tecnologias — como softwares que deixam de ser atualizados para hardwares mais antigos —, forçando o consumidor à troca. Como resultado, estratégias publicitárias sofisticadas, que exploram a psicologia do consumidor ao criar necessidades artificiais e associar a felicidade ao ato de comprar, criam ciclos curtos de consumo, a durabilidade deixa de ser prioridade no design e os impactos se tornam multifacetados: sociais, pela indução ao consumo compulsivo; econômicos, pelo aumento do gasto das famílias; e ambientais, pelo crescimento do lixo eletrônico e pela exploração intensiva de recursos naturais, impactando desproporcionalmente os países do Sul Global, que frequentemente se tornam receptores do lixo eletrônico gerado pelas nações mais ricas. Diante desse cenário e da necessidade de uma regulação estatal mais firme, movimentos globais têm proposto alternativas sustentáveis. O Right to Repair (Direito ao Reparo), que tem inspirado legislações ao redor do mundo, como a criação de "índices de reparabilidade" para produtos eletrônicos, busca garantir o acesso a manuais, peças e ferramentas para prolongar a vida útil dos equipamentos (IFIXIT, 2022; Anjos, 2025). Em paralelo, a economia circular desafia a lógica linear de “extrair, produzir, descartar”, priorizando a reutilização, o reparo e a reciclagem. O reparo e a reutilização são vistos como etapas essenciais para desacelerar o ciclo de consumo e promover uma cultura mais consciente. Enquanto a obsolescência programada reflete uma economia voltada ao lucro rápido, o Direito ao Reparo e a Economia Circular mostram que é possível construir um modelo mais equilibrado, onde durabilidade e responsabilidade ambiental ganham centralidade. Reavaliar o papel do consumo e valorizar a longevidade dos produtos não apenas reduz impactos socioambientais, mas contribui para uma sociedade mais ética. Ao deslocar o foco da mera indução à compra para estratégias alinhadas à sustentabilidade, é possível equilibrar desenvolvimento econômico, responsabilidade social e preservação ambiental.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no estudo, a obsolescência programada é uma estratégia de produção que limita intencionalmente a vida útil de um bem para estimular o consumo contínuo. Essa prática é sustentada pelo marketing, que utiliza a obsolescência perceptiva para sobrepor o valor simbólico de um produto, como status e novidade tecnológica, à sua utilidade prática. Refletindo a "modernidade líquida" de Bauman (2010), onde objetos e relações se tornam descartáveis, esse modelo de negócios gera graves impactos. Em resposta a esse cenário, surgem movimentos que buscam um modelo de consumo mais equilibrado e sustentável, defendem o acesso a manuais, peças e ferramentas para prolongar a vida útil dos produtos e a economia circular, que propõe um sistema baseado na reutilização, reparo e reciclagem de bens. Essas iniciativas desafiam a lógica linear de "extrair, produzir e descartar", promovendo uma cultura mais consciente em que a durabilidade, a reparabilidade e a responsabilidade ambiental se tornam centrais para o desenvolvimento econômico e social.

REFERÊNCIAS

ABREU, Tainá Ágatha de; ABREU, Gabriel de. A obsolescência programada e a responsabilidade civil do fornecedor por sua prática. *Revista de Direito e Gestão de Conflitos*, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 45-66, 2016. DOI: 10.26668/IndexLawJournals/2526-012X/2016.v2.i2.1356. Disponível em:

<<https://www.indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/1356>>. Acesso em: 08 ago. 2025.

ANJOS, Rafael Maas dos. **Direito ao Reparo: a conexão entre Direito Ambiental e Direito do Consumidor rumo à circularidade e à sustentabilidade**. Independente. 2021. *E-book*.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

ECONOMIA CIRCULAR. **O que é economia circular?** 2024. Disponível em: <https://economiacircular.org/>. Acesso em: 11 ago. 2025.

IFIXIT. Right to Repair e preservação do meio ambiente. **Revista Dom Helder**, v. 1, n. 37, p. 42. 2022.

KREMER, Marcos. **Sociedade do consumo e cultura do descarte**. São Paulo: Cortez, 2011.

SEVERINO, Antônio. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2013. Disponível em: [Metodologia_do_Trabalho_Científico_-_1ª_Edição__Antonio_Joaquim_Severino_-_2014.pdf](#) Acesso em: 17 de ago de 2025.