

DAR MAIS VIDA ÀS COISAS PARA DAR MAIS VIDA À VIDA

GIVING THINGS MORE LIFE TO GIVING LIFE MORE LIFE

Mário Frota¹

¹Faculté de Droit à l' Université de Paris
d' Est, Paris, França.

Resumo: O artigo tem como objetivo principal analisar o imperativo indeclinável da humanidade, ou seja, os objectivos do milénio. O consumo sustentável é um imperativo indeclinável nos tempos que correm, sendo que as Directrizes das Nações Unidas em tema de promoção dos interesses como de protecção dos direitos do consumidor remontam originalmente a 9 de Abril de 1985 (Resolução 39/248) e, ante as preocupações que ao tempo se registavam, eram omissas no que tange ao consumo sustentável e a uma adequada gestão dos recursos em prol da humanidade e do globo, afinal. E nem em 1999, aquando de uma primeira revisão, se superou um tal hiato. Para atingir tal objetivo, a metodologia utilizada, de abordagem dedutiva, implicou na revisão bibliográfica e documental disponível.

Palavras-chave: Objetivos do milénio; diretrizes das nações unidas; proteção dos direitos do consumidor.

Abstract: The main objective of the article is to analyze the indeclinable imperative of humanity, that is, the millennium goals. Sustainable consumption is an inescapable imperative these days, and the United Nations Guidelines on the promotion of interests and protection of consumer rights originally date back to April 9, 1985 (Resolution 39/248) and, given the concerns that were recorded at the time, were silent with regard to sustainable consumption and an adequate management of resources in favor of humanity and the globe, after all. And not even in 1999, at the time of a first revision, was such a gap overcome. To achieve this objective, the methodology used, with a deductive approach, involved a review of the available literature and documents.

Keywords: Millennium goals; United Nations guidelines; protection of consumer rights.

DOI: <http://dx.doi.org/10.20912/rdc.v17i42>.

Recebido em: 24.06.2022

Aceito em: 30.08.2022



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons
Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

1 Preliminares

1.1 Imperativo indeclinável da Humanidade: os objectivos do Milénio

O consumo sustentável é um imperativo indeclinável nos tempos que correm.

As **Directrizes das Nações Unidas** em tema de *promoção dos interesses* como de *protecção dos direitos do consumidor* remontam originalmente a 9 de Abril de 1985 (**Resolução 39/248**) e, ante as preocupações que ao tempo se registavam, eram omissas no que tange ao **consumo sustentável** e a uma adequada gestão dos recursos em prol da humanidade e do globo, afinal. E nem em 1999, aquando de uma primeira revisão, se superou um tal hiato.

A **Resolução 70/186**, que tanto deve ao Brasil e a seus ilustres jusconsumeristas, aprovada em Assembleia Geral de 22 de Dezembro de 2015, consignou o devido espaço ao **consumo sustentável**, enunciando princípios e definindo directrizes tendentes à conseqüente consecução de tão magnos objectivos.

Aí se define consumo sustentável como

a satisfação das necessidades de bens e serviços das gerações presentes e futuras de tal modo que sejam sustentáveis do ponto de vista económico, social e ambiental.

E se estabelece ainda um princípio básico de responsabilidade, a saber: “a responsabilidade do consumo sustentável compartem-na todos os membros e organizações da sociedade”.

Aí se define ainda que “os consumidores informados, os Estados-membros, as empresas, os sindicatos e as instituições ambientais e de consumidores desempenham um papel relativamente importante a tal propósito”.

Para tanto, há que encetar diligências em ordem a apetrechar os consumidores de uma **informação séria, rigorosa, objectiva e adequada** face ao seu grau de (i)litteracia, ao desenvolvimento e de percepção das realidades *circum-envolventes*.

E num mundo em que a **desinformação** assentou arraiais, com as *fake news* a povoarem o quotidiano (o que outrora - e de modo menos massificante e sem os céleres meios de comunicação que ora se nos oferecem - se denominava “os boatos”), as vias para uma informação fidedigna impõem-se como necessidade imperiosa e indeclinável.

Aliás, abundam nos bosques os “lobos” a disfarçarem-se de “cordeiros” e a aproximar-se “inocentemente” dos povoados, como sucede com os fenómenos do *greenwashing* (o *ecobranqueamento*) contra os quais há que desencadear a maior onda de precauções.

Como se observa no “**GUIA** – Os Consumidores e a Economia Circular”, co-edição aditec / apDC, com a coordenação do Prof. Fernando Silva, “a definição de *greenwashing* [“lavagem verde”] é relativamente simples.

O *greenwashing* é um termo utilizado para instituições privadas, governamentais ou não-governamentais, que adoptam técnicas de *marketing* para estabelecer uma percepção enganosa de apoio ao meio ambiente.

O seu objectivo é conquistar o apoio popular. No entanto, oculta ou desvia o foco dos reais danos naturais ocasionados pelas suas actividades.

Ao optar por fazer *greenwashing*, uma organização pode conseguir enganar e atrair novos consumidores ou pode sofrer com os danos à sua imagem pela divulgação da verdade e perder consumidores. Mas o que ocorre é que muitas vezes os consumidores acreditam nas informações passadas sem pensar em questionar como são cumpridas tais acções. Por isso, com atitudes simples, é possível prevenir-se contra as estratégias e apelos do *greenwashing*.

O termo surge em 1986, através do activista ambiental *Jay Westerveld* que redigiu um ensaio tendo por base a sua experiência ao visitar um hotel em Samoa, uma ilha do Pacífico Sul. O *greenwashing* é como a publicidade enganosa – passa-se uma imagem, a realidade, porém, é outra. Trata-se de uma técnica de manipulação, contra a qual se deve prevenir o consumidor.”

E, em verdade, tal caminho está ainda por desbravar, por encetar, tanto quanto se nos afigura, face à observação do que gravita em nosso derredor, no quadro das actividades de proximidade que desenvolvemos.

Só uma *formação* adequada e uma *informação* nutrida, que não episódica ou meramente accidental, é susceptível de habilitar, capacitar conveniente, adequadamente, o consumidor.

1.2 Estratégias

Aos Estados-membros, em conjugação de esforços com as empresas e as pertinentes organizações da sociedade civil, cumpre formular e desenvolver estratégias que promovam o **consumo sustentável** mediante uma combinação de políticas susceptíveis de incluir distintos meios, como

- Regulamentos;
- Instrumentos económicos e sociais;
- Políticas sectoriais em domínios como o uso da terra, o transporte, a energia e a habitação;
- Programas de informação para sensibilização do público em torno das repercussões das modalidades de consumo;
- A eliminação de subvenções que contribuam para fomentar modalidades de consumo e produção não sustentáveis; e
- A promoção de melhores práticas de ordenamento do ambiente específicas para um tal domínio.”

1.3 Nova Agenda Europeia do Consumidor

A **Nova Agenda Europeia do Consumidor** (2021/2025), a saber, o **Plano de Acção Quinquenal da União Europeia** (2021/2025), que a Comissão Europeia dera, afinal, à estampa em finais de 2020, de entre os marcos que delimita, tem no da *Transição Ecológica* um dos seus primaciais esteios.

Os produtos, tanto bens como serviços, disponíveis na União Europeia têm de ser adequados ao objectivo de um **consumo sustentável**.

O **Pacto Ecológico Europeu** estabelece uma estratégia global susceptível de transformar a União Europeia numa

sociedade justa e próspera, com uma economia com impacto neutro no clima, eficiente em termos de recursos, limpa e circular, em que o crescimento económico se ache dissociado da utilização dos recursos e em que os impactos negativos no capital natural e na biodiversidade se tenham por reduzidos.

Tal exige uma mudança profunda, célere, dos nossos hábitos e comportamentos de molde a reduzir a pegada ambiental em todos os domínios:

- Economia – da linear à circular
- Agro-Alimentar - do prado ao prato
- Produto – sustentabilidade do insumo ao consumo
- Produto – qualidade, fiabilidade, longevidade
- Edifícios – sem vícios nem artifícios; eficiência energética para ganhos de aritmética
- Mobilidade Urbana – para se ir além da Taprobana

Projecta-se um ror de iniciativas de índole diversa com o objectivo de assegurar que os produtos dispensados aos consumidores sejam adequados a tais objectivos-

De entre as que se plasmam na **Nova Agenda**, cumpre enunciar:

- Novo Plano de Acção para a **Economia Circular**
- Plano de Acção para a **Poluição Zero**
- Estratégia para a **Biodiversidade**
- Estratégia do **Prado ao Prato**
- Iniciativa para os **Produtos Sustentáveis**
- Revisão da Directiva **Embalagens e Resíduos de Embalagens**
- Estratégia para a **Sustentabilidade dos Produtos Químicos**
- Pacote da **Electrónica Circular**
- Iniciativa **Carregador Universal** (telemóveis e mais dispositivos portáteis)
- Estratégia para os **Têxteis**
- Estratégia Renovada de **Financiamento Sustentável**

O objectivo a que se tende é o de **promover**

- uma melhor retenção de valor,
- conferir prioridade a produtos mais seguros e duradouros e
- preservar os materiais no ciclo económico (recusar, reduzir, reparar, reutilizar e reciclar),
- no mais extenso lapso de tempo possível.

1.4 Um Programa de Informação: uma informação melhor e mais fiável

O uso socialmente potenciado dos novos produtos e bem assim distintas perspectivas de consumo exigirão se apetreche os consumidores de informação melhor e mais fiável no que toca à sua sustentabilidade, evitando, em simultâneo, uma indesejável sobrecarga de informação:

- é que o “**excesso de informação equivale a informação nenhuma**”.

E há que resistir aos laivos de subversão ínsitos num tal propósito e seus desvirtuamentos.

Privilegiada via para a consecução de fraudes do mais vasto alcance é fazer com que os consumidores se afundem em excesso de informação que redunde em informação seja de que jaez for.

A consulta pública, entretanto promovida pela Comissão Europeia, permite reter a ideia de que

- a ausência de informação, no **Espaço Económico Europeu**, é manifesta,
- enormes as preocupações em torno da fiabilidade das alegações ambientais (nem sempre fidedignas nem sempre leais, nem sempre transparentes) e
- da informação em geral sobre os produtos,
- como obstáculos significativos a uma maior aceitação das escolhas no quadro de um consumo sustentável.

2 Dois dos pilares fundamentais: informação e formação

2.1 Um pano de fundo desvirtuante em sede de informação

Já o escrevemos, noutro ensejo, com um profundo amargo de boca:

Nem sempre o que parece é: a política de consumidores, na União Europeia, padece de consistência, de regularidade, de fiabilidade, em tantos dos seus segmentos, como o advertia amiúde, em seus pareceres, no seio do Comité Económico e Social Europeu, o saudoso Conselheiro Jorge Pegado Liz.

Há uma patente hipocrisia dos governos quando, em nome do primado da economia, sacrificam os direitos das gentes, ilusoriamente expressos em textos de fino recorte e com a dignidade de Cartas de Direitos Fundamentais.

Os direitos dos passageiros dos transportes aéreos, para não falar do mais, são disso flagrante exemplo:

- só **3** em **10 000** passageiros (dez mil, acentue-se, sem equívocos) reclamam direitos;
- as reclamações por concretizar rendem **200 milhões** às companhias aéreas.

São números impressionantes que nos levam a descreer do mais.

Reproduzimos um escrito que houvemos por bem publicar em 2016, mas que traduz uma realidade indesmentível, que urgia se superasse.

O acesso a dados com o cunho de actualidade não se acha, ao que se nos afigura, ao alcance de quem quer, com excepções em número contado.

Durante o surto pandémico em curso, os consumidores viram, um pouco por toda a parte, os seus direitos comprometidos, denegados, protraídos, vilipendiados...

Repare-se no texto que segue:

2.1.1 Excesso de informação = défice de informação?

O inquérito de há anos em torno da capacidade dos consumidores europeus, editado pela Comissão Europeia, mostra que

. 1 (um) em 4 (quatro) consumidores afirma sentir falta de confiança e

. cerca de 2 (dois) [em rigor, mais do que 1 (um)] em 3 (três) se consideram mal informados [quicá, dados mais recentes, extraídos de um Relatório de 2018, mas menos convincentes, parece situarem em mais de 45% os consumidores que de todo clamam por informação que de todo falece, o que não significa que o remanescente se considere efectivamente dotado de informação suficiente para as tarefas do quotidiano nas suas deambulações pelos distintos segmentos dos mercados de consumo];

. apenas 2 % responderam correctamente a questões sobre os direitos de [arrependimento ou *desistência nos contratos*], as garantias e a protecção de que gozam contra práticas desleais.

A notória carência de informação prejudica a capacidade de defenderem os direitos que nos textos da UE e dos Estados-membros se lhes reconhecem.

2.1.2 Direitos que, na prática, não se respeitam

Na década que transcorre,

. cerca de 2 (dois) em 5 (cinco) europeus tiveram problemas com um produto ou serviço na UE, o que de todo seria motivo de queixa.

Os prejuízos sofridos pelos consumidores montaram a cerca de 0,5 % do PIB da UE.

Apesar do propalado nível elevado de tutela, assegurado pela legislação da UE, os problemas que aos consumidores se deparam ficam, muitas vezes, por resolver:

O **Eurobarómetro** registava em tempos que:

. apenas 26 % dos comerciantes conhecem o prazo exacto de devolução pelo consumidor de um “produto defeituoso”.

. muitos dos litígios de consumo ficam por resolver pelo simples facto de o consumidor não agir.

O inquérito revelava ainda que dos consumidores afectados:

. apenas 16 % recorrem a associações ou a entidades públicas para a sua resolução (na maior parte dos casos, nem sequer equacionam a hipótese de seguir as vias judiciais se infrutífero se mostrar o contacto inicial com o estabelecimento, se os montantes em causa forem, como amiúde ocorre, de escasso valor).

A UE aposta agora decisivamente nos meios extrajudiciais de resolução de litígios (mediação, conciliação, arbitragem) para que o acesso à justiça seja real, efectivo.

2.1.3 De que carecem, afinal, os consumidores?

Surpreendentes os números recolhidos nos 28 Estados-membros [ora, a União conta só com 27 Estados-membros).

A despeito de muitas efabulações e de ideias em contrário que por aí viciosamente circulam, do que os consumidores portugueses *in casu* carecem é de:

. educação para o consumo, a principiar nas escolas, de modo horizontal, desde a mais tenra idade, de feição institucional;

. informação adequada acerca dos direitos veiculada tanto nos meios na titularidade do Estado [(radiodifusão áudio e audiovisual, paga directamente por consumidores e contribuintes), para além de disponível nos serviços municipais de consumidores, por criar em mais de 4/5 dos municípios em Portugal];

. como de instâncias de *resolução de litígios* céleres, seguras e gratuitas ou de baixo custo (dos 18 distritos administrativos existentes, só 6 (?), no Continente, dispõem de tribunais arbitrais de conflitos de consumo... e nas Regiões Autónomas só a Madeira é dotada de uma unidade do estilo).”

Aliás, essa é a receita para situações do jaez destas, ao alcance de qualquer Governo minimamente dotado, por mais medíocre que se revele no seu *modus operandi*.

2.2 Capacitação dos consumidores

Na esteira da **Nova Agenda Europeia do Consumidor**, cujos passos se seguem de perto, na calha se acha uma iniciativa sobre **capacitação dos consumidores** para a transição ecológica [tantas as afirmações de princípio, tais os planos e os rearranjos que, com efeito, pouco ou nada se concretiza e, usando uma expressão típica, ainda em uso nos nossos dias na Ocidental Praia Lusitana, “fica tudo em águas de bacalhau” ou, na formulação em voga em terras tupiniquins, acaba de “dar tudo em pizza”...]

Versará o acesso dos consumidores à informação sobre as características ambientais dos produtos: durabilidade, possibilidade de reparação ou de actualização, fiabilidade e comparabilidade de tais dados.

Estabelecerá requisitos gerais para complementar as regras mais específicas ínsitas na legislação sectorial, *v. g.*, sobre determinados produtos ou grupos de produtos específicos.

Melhor informação sobre disponibilidade de peças sobressalentes e serviços de reparação será decerto factor em prol da durabilidade dos produtos.

Além disso, a revisão da **Directiva Venda de Bens** [Das *Garantias dos Bens Móveis de Consumo*], cuja disciplina constante do texto de 20 de Maio de 2019 acaba de entrar em vigor no 1.º de Janeiro do ano em curso, em toda a União Europeia, proporcionará oportunidade para analisar o que mais pode ser feito para promover a reparação e incentivar produtos circulares e mais sustentáveis:

- analisar-se-á as opções no que toca a meios de defesa do consumidor [preferência pela reparação em detrimento da substituição],
- o alargamento do período mínimo de garantia para os bens novos ou em segunda mão [e perdeu-se a oportunidade para se avançar quando ainda agora, nas encolhas, a

garantia legal passou de (2) dois para (3) três anos, com uma modicidade de execrar, quando havia no Parlamento propostas bem mais arrojadas e confortáveis, pura e simplesmente ignoradas pelo Governo que em tudo se sobrepôs ao Parlamento, em atitude deplorável que cumpre *hic et nunc* registrar]

- ou um novo período de garantia pós-reparação.

Tais esforços complementar-se-ão pela promoção de novos conceitos e comportamentos de consumo, como

- a economia da partilha,
- novos modelos de negócio susceptíveis de permitir comprar um serviço que não um bem, ou
- o apoio às reparações através de acções das organizações da comunidade e da economia social (por exemplo, as «tertúlias de reparações», “os cafés-reparação”) e de
- mercados de segunda mão.

Propiciar aos consumidores informações melhores e mais fiáveis significa decerto aperfeiçoar os instrumentos existentes.

Os rótulos actualizados com informações sobre

- produtos e aparelhos contemplados na Directiva Concepção Ecológica e
- no quadro de **Etiquetagem Energética**,

concorrerão para aumentar a sensibilização e gerir as expectativas do desempenho energético dos produtos, contribuindo para o marcante objectivo da eficiência energética.

Ademais, adesão e sensibilização para o rótulo ecológico da UE promover-se-iam mediante acções de comunicação e parcerias com os mais partícipes, *v. g.*, os retalhistas [o varejo], com o fito de o expandir também nos mercados em linha.

2.3 Peculiar situação: a da garantia dos bens móveis duráveis

Portugal seguiu, no que tange aos bens móveis duradouros, o exemplo de Espanha ao estatuir os 3 anos como os de duração de uma tal garantia, em atitude que não primou nem pela obediência a propósitos mais rasgados nem à tendência de que ora dá mostras a Comissão Europeia, após as restrições emergentes (as “encolhas” muito pouco pródigas) da Directiva EU 2019/771, de 20 de Maio, do Parlamento Europeu e do Conselho, que se ficou pelos dois anos, ainda que mínimos, oferecendo aos Estados-membros a faculdade de legislarem de forma mais generosa.

Mas a experiência revela que o que Bruxelas [a União Europeia] não estabelece não o farão os Estados-membros a seu bel talante, por sua alta recreação...

Não se vislumbra que os países nórdicos se propusessem oferecer aos seus nacionais uma garantia mais robusta [a saber, a Finlândia, 8 anos, a Dinamarca, 9 anos, a Suécia, 10 anos...], os Países Baixos a ficarem-se pelos 6, a Alemanha apontasse aos 7 e assim sucessivamente, com a Roménia e a Bulgária a não superar os 2...

No que em particular se nos refere, a Portugal, houve uma enorme desconcertação entre os distintos órgãos do poder.

O Governo a legislar, por um lado, sem canais de comunicação com a Assembleia da República (o Parlamento Nacional) e o Parlamento [sem saber o que se congeminava na Rua da Horta Seca, onde tem assento o Ministério da Economia e Transição Digital, por onde os trabalhos legislativos terão passado], a fazê-lo por outro.

Claro que de uma **Horta Seca**, passe a ironia, não poderia sair nem leguminosas frondosas nem frutos sumarentos.

No Parlamento, as vistas eram mais amplas, mais rasgadas, em consonância, aliás, com o que se vem proclamando *urbi et orbi*, sem consequências nem coerência, porém.

O **PL** - Projecto de Lei (37/XIV), que ao tempo pendia seus termos na Assembleia, com data de 04 de Novembro de 2019 e a chancela do PCP – Partido Comunista Português, prescrevia no n.º 1 do seu art.º 2.º:

“As garantias dadas pelos fabricantes de grandes e pequenos electrodomésticos, viaturas e dispositivos electrónicos têm a duração mínima de dez anos.”

Conquanto se relativizasse, no seu art.º 7.º, em termos de adequação temporal, o sentido e alcance da norma, com a configuração que se enuncia:

“4 anos de garantia mínima obrigatória a partir de 2020;

5 anos ... a partir de 2022 e

10 anos ... a partir de 2025.”

O texto é arrojado, mas ponderando-se a filosofia ora subjacente nos corredores de Bruxelas e Estrasburgo, vai, com efeito, no sentido de se dilatar a vida aos produtos, ampliando-se de forma mais generosa a garantia.

À semelhança da orientação que ora tende a afirmar-se na doutrina e jurisprudência brasileiras em que a garantia terá de estar em consonância com o tempo médio útil de vida do bem, ao contrário do que sustentavam os que presumiam que os 90 dias ali estatuídos eram o tempo, todo o tempo da garantia das coisas móveis duráveis.

A Resolução do Parlamento Europeu de 2017 pretendia, com efeito, romper com o *statu quo*...

Mas pendiam ainda, no Parlamento, contributos outros susceptíveis de ombrear com o Projecto de Lei com o timbre do PCP:

- O **PAN – Partido das Pessoas, Animais e Natureza** - apresentou um Projecto de Lei – o 116/XIV –, demasiado vago e sem limites temporais, relegando para o Governo a sua fixação, que revela manifesta ausência de rasgo e nem sequer acautela os riscos de deixar a um governo conservador (ainda que acenando a flâmula socialista ou social-democrata) a fixação dos prazos de garantia “a seu bel talante”.

Aliás, a definição decorrente do diploma legal que a lume veio a 18 de Outubro de 2021 e que entrou em vigor, por imposição do normativo europeu, a 1 de Janeiro do ano em curso, revela-o à saciedade.

E não fora a Espanha, aqui ao lado, romper a barreira dos *dois anos* e não haveria nem “coragem” nem propósito, *intra muros*, para o fazer...

- O **BE - Bloco de Esquerda**, no Projecto de Lei n.º 119/XIV, reduz a 5 anos a garantia, com escalonamento no tempo, mas comete o erro pueril de equiparar um “**corta-unhas**” a um **imóvel**, já que tendia a conferir a móveis e imóveis a mesma garantia legal (os 5 anos)...

- O **PEV – Pardo Ecologista os Verdes**, no PL n.º 120/XIV, contempla móveis (os 10 anos, consignados no PL do PCP) e imóveis (conferindo-lhe uma confortável garantia de 20 anos).

O facto é que com a dissolução da Assembleia da República, em Dezembro do ano transacto, e o facto de o Partido Socialista haver arrecadado, à boca das urnas, uma confortável maioria absoluta, há que “*tirar o cavalo da chuva*”, como diz o povo, e não acreditar que haja avanços nesse particular porque eventuais iniciativas tendentes ao reforço da garantia esbarrarão invariavelmente na soma de interesses de que o partido que reocupará o poder é veículo ou porta-estandarte.

A iniciativa tendia a valer por envolver a comunidade jurídica na discussão dos termos da Directiva de 20 de Maio de 2019, sob o tema de “**certos aspectos dos contratos de compra e venda de bens**”. E em cujo n.º 1 do art.º 10 se inscreve um prazo de 2 anos, a título de garantia de conformidade. Sem se escusar, porém, no n.º 3, de preceituar que

“**os Estados-membros podem manter ou introduzir prazos mais longos**” que os ali enunciados, nesse passo se afirmando como directiva minimalista.

Mas há diferenças a realçar: não se pode meter “no mesmo saco” um pequeno electrodoméstico e um automóvel de gama média/alta... não é crível que possam ter a mesma bitola oferecida por lei.

E nem sequer se tem ponderado nestes termos.

Sem obtemperar que as circunstâncias actuais levaram à extinção de determinados mesteres: a reparação dos electrodomésticos quase inexistente e, em dadas hipóteses, os encargos com a reparação excedem os preços de venda dos produtos novos, como se vem tendo como pacífico...

Em presença dos actuais dados do ‘direito posto’, parece não ser descabido apontar para os dez anos, aliás, como regular lapso de vida exigível aos produtos, recoberto pela garantia de conformidade, como o que o projecto dos comunistas portugueses encerrava: o diploma legal sepulto [o DL 67/2003, de 8 de Abril: na al. e) do n.º 3 do art.º 6.º], em sede de “acção directa”, permite que o produtor, ao ser demandado directamente pelo adquirente, se exima de responsabilidades desde que o produto haja sido posto em circulação há mais de 10 anos. Aí se estribando eventualmente o projecto em análise para superar as normas permissivas que o Parlamento Europeu, na directiva, estatuiu como mínimas, em matéria de garantia. Quando, em rigor, se deveria ter ido mais além, como o expressámos precedentemente, em termos de harmonização normativa no quadro do **EEE** [Espaço Económico Europeu, a saber, os 27 Estados membros + a Noruega, a Islândia e o Liechtenstein]...

Aliás, tal inciso tem correspondência na Lei Nova (DL 84/2021, de 18 de Outubro), que entrou em vigor no 1.º de Janeiro próximo passado [alínea e) do n.º 2 do artigo 40, que reza em matéria de acção directa, sempre que o consumidor demande directamente o produtor:

“O produtor pode opor-se ao exercício dos direitos pelo consumidor caso:

...

e) Tenham decorrido mais de 10 anos sobre a colocação do bem, conteúdo ou serviço digital no mercado.”]”

De momento, há uma pausa no debate, aliás, por força do vazio do poder que subsiste, já que o novo hemiciclo ainda se não constituiu, três meses após a dissolução do Parlamento. Sendo que os projectos com a queda da Assembleia da República caducaram.

A discussão que, entretanto, se vier a travar neste particular será sumamente salutar e inscreve-se nas preocupações hodiernas de “**sustentabilidade**”!

Que o debate que no seio da sociedade portuguesa se propuserem travar conduza a resultados que, no quadro do Mercado Interior, a todos premeiem. Mas que as garantias assentem em bases concretas que saiam do papel e se materializem no dia-a-dia com a aquiescência dos produtores, dos fabricantes que têm, afinal, de estar postados na trincheira da Cidadania, que não em trincheira oposta, obviamente!

Não se olvide que o tempo de vida de um *smartphone* oscila entre **25** e **232** anos, segundo oportuno estudo do Gabinete Europeu do Ambiente, sediado em Bruxelas. E, no entanto, contas feitas, não dura mais de três anos, pragmaticamente falando.

Só assim o mercado se regenerará e o consumo sustentável (precedido de uma produção e distribuição sustentáveis, objectivo 12 dos ODS) se tornará gradualmente consoladora realidade.

3 A obsolescência precoce

Conectado com o que se vem de dizer, depara-se-nos a obsolescência que assume, aliás, inúmeras qualificações: prematura, precoce, planeada [planejada], programada, desenhada, concebida...

“**Obsolescência** é a qualidade de obsoleto ou obsoleto; qualidade do que está a cair em desuso, a tornar-se antiquado.”

[Do latim *obsolescentia*, participio presente neutro plural substantivado de *obsolesc re*, «cair em desuso», segundo o Dicionário Infopédia, Porto Editora, 2003-2022.]

A **obsolescência programada**, na sua essência, é a *pré-determinação* do ciclo de vida de um produto. Como se, ao nascer, se inscrevesse, na sua matriz, a concreta data do seu passamento, da sua morte. Como se o produto, no momento do seu lançamento no mercado, se fizesse acompanhar já de uma certidão com a data do óbito...

O objectivo a que se tende é o de prolongar a vida dos produtos para reduzir o inestancável volume de resíduos, protegendo do mesmo passo a bolsa do consumidor.

A **União Europeia** aposta na longevidade dos produtos, numa concertação adequada de molde a não estancar a inovação e o desenvolvimento tecnológicos.

Por **Resolução de 4 de Julho de 2017**, o Parlamento Europeu entendeu eleger um sem-número de objectivos, a saber:

- Concepção de produtos sólidos, duradouros e de qualidade
- Promoção da possibilidade de reparação e projecção da durabilidade
- Aplicação de um modelo económico vocacionado para a utilização e apoiar as PME e o emprego na UE
- Garantia de uma melhor informação dos consumidores
- Adopção de medidas atinentes à obsolescência programada
- Reforço do direito à garantia legal de conformidade
- Protecção dos consumidores face à obsolescência dos programas informáticos

No ponto específico da **obsolescência**, o Parlamento Europeu arrola um feixe de sugestões e propostas, instando a Comissão Europeia a

- Que, em concertação com as instituições de consumidores, os produtores e outros interessados, se defina, a nível da UE, a obsolescência programada para bens tangíveis e *software*; e se analise, em cooperação com as autoridades de supervisão do mercado, a possibilidade de criar um sistema independente que consiga testar e detectar a obsolescência incorporada nos produtos; apela, neste sentido, a uma melhor protecção jurídica dos denominados «denunciante» e a medidas dissuasivas adequadas para os produtores; e
- Realçando o papel pioneiro de alguns Estados-membros neste domínio, como o dos países do BENELUX em ordem a combater a obsolescência programada e a prorrogar o tempo de vida dos electrodomésticos; sublinha a importância de partilha das melhores práticas neste domínio.

Como o escrevemos para a CONJUR, edição de 07 de Julho de 2021, a convite do concelebrado Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor [**Brasilcon**], de Brasília, para cuja fundação contribuimos decisivamente há uma trintena de anos, na esteira da AIDC / IACL – *International Association for Consumer Law* | *Associação Internacional de Direito do Consumo*,

“A obsolescência **programada ou planeada** acha-se já prevenida em algumas legislações, na Europa, de que se oferece, como exemplo, o **Code de la Consommation** francês que, no seu artigo L 241-2, prescreve:

“Est interdite la pratique de l’obsolescence programmée qui se définit par le recours à des techniques par lesquelles le responsable de la mise sur le marché d’un produit vise à en réduire délibérément la durée de vie pour en augmenter le taux de remplacement.”

[É proibida a prática da obsolescência programada que se define pelo recurso a técnicas pelas quais o responsável pelo lançamento no mercado de um produto se propõe reduzir deliberadamente a duração de vida para assim aumentar o índice de substituição.]

E comina com prisão e multa uma tal conduta.

E é ainda flagrantemente o caso da Lei 6/2019, de 20 de Fevereiro, da Comunidade Autónoma da Extremadura, cujo texto consagra o **Estatuto das Pessoas Consumidoras** (*in* Boletín Oficial del Estado de 12 de marzo de 2019).

No seu artigo 26 se estatui, sob a epígrafe “obsolescência programada”, de modo consequente, nestes termos:

“Se prohíben las prácticas de obsolescencia programada, entendida como tales el conjunto de técnicas que introduzcan defectos, debilidades, paradas programadas, obstáculos para su reparación y limitaciones técnicas mediante las cuales un fabricante reduce de forma deliberada la durabilidad de la producción con el objeto de aumentar la tasa de reemplazo o sustitución. A tal efecto, la vida útil estimada de los bienes de naturaleza duradera se considerará una característica esencial del producto.

La información sobre la duración estimada de estos bienes en ningún caso puede entenderse como un aumento del plazo de la garantía legal.

Adicionalmente, se impulsarán medidas:

- a. Para que las empresas faciliten la reparación de sus productos.

- b. Para que las empresas mejoren la calidad y la sostenibilidad de los productos manufacturados.
- c. Para establecer un sistema que garantice una duración de vida mínima de los productos adquiridos.
- d. Para el fomento, sobre todo en fase de educación, del consumo responsable, con el objetivo que las personas consumidoras tengan en cuenta el impacto sobre el medioambiente, la huella ecológica y la calidad de los productos.
- e. Para fomentar la realización de proyectos I+D+i basados en el diseño ecológico de los productos, la economía circular, el residuo mínimo y la economía de la funcionalidad.
- f. Para fomentar una etiqueta voluntaria que incluya, en particular, la durabilidad del producto, el diseño ecológico, la capacidad de modulación de conformidad con el progreso técnico y la posibilidad de reparación.”

A obsolescência constitui magno objectivo que a União Europeia se propõe combater veementemente em vista, afinal, de uma maior durabilidade dos produtos e de uma expressiva redução de resíduos com reais efeitos na descarbonização do planeta.”

4 A entronização de um novo direito: o direito à (ou da) reparação

A **Resolução de 4 de Julho de 2017**, a que se aludiu no passo precedente, com a chancela do Parlamento Europeu, para além dos objectivos ali consignados, aborda liminarmente o “reparar que não substituir”

No que tange à **obrigação geral de conformidade** do produto com o contrato, realce para as directrizes que o Parlamento carrega à Comissão Europeia em ordem a fundar a confiança dos consumidores:

- o reforço da protecção do consumidor, no que toca em especial aos produtos cujo período de utilização razoavelmente expectável seja mais longo,
- o desenvolvimento de uma abordagem holística da regulamentação dos produtos, face à normativa da **concepção ecológica** e do direito dos contratos, em particular no que tange aos produtos que se prendam com a energia,
- a consagração de uma obrigação de informação da garantia legal no contrato de compra e venda, para além da promoção de programas genéricos de informação ao consumidor,
- a simplificação da prova do acto de compra para o consumidor, associando a garantia ao objecto e não ao comprador, encorajando uma generalização dos recibos electrónicos e dos regimes de garantia digital.

No que se reporta à protecção dos consumidores face à obsolescência de programas informáticos [algo se suma relevância nos tempos que correm], realce para:

- Uma maior transparência no tocante à capacidade de actualização, às actualizações de segurança e à durabilidade, de todo necessários para o bom funcionamento tanto do *software* como do *hardware*; vias para uma maior cooperação entre empresas;

- Incentiva a transparência por parte dos fornecedores e dos produtores através de estipulações, nos contratos de produtos, sobre o período mínimo durante o qual as actualizações de segurança nos sistemas operativos estarão disponíveis; propõe se elabore uma definição de um prazo razoável de utilização; salienta, além disso, a necessidade de o fornecedor assegurar o fornecimento das actualizações de segurança, caso o produto disponha de sistemas operativos incorporados; insta os produtores a fornecer informações claras sobre a compatibilidade das actualizações do software e das actualizações com sistemas operativos dispensados aos consumidores;
- Apela a que as actualizações de *software* indispensável sejam reversíveis e acompanhadas de informações sobre as consequências para o funcionamento de um aparelho e a que o novo *software* indispensável seja compatível com *software* das gerações anteriores;
- Promove a modularidade das peças, incluindo do processador, mediante uma abordagem de normalização, que permita garantir que os bens não fiquem desactualizados.

Este feixe de medidas reclama apurada intervenção e constitui ciclópico trabalho a reclamar a congregação de todos os partícipes no processo.

Trata-se, pois, de algo de ingente, que cumpre a todo o transe concretizar, como em particular no que à extensão da garantia dos bens duradouros importa.

Tais medidas se acham, com efeito, reiteradas (na) e em consonância com a **Resolução que o Parlamento Europeu** deu à estampa a **25 de Novembro de 2020**, sob a consigna:

“**Rumo a um Mercado Único mais Sustentável para Empresas e Consumidores**”,
Nela se confere particular relevo ao “**Direito à Reparação dos Produtos**”

- intentando uma estratégia fulcral em matéria de

Reparação de Bens de Consumo

Nela se compendia um complexo de medidas, que cumpre sublinhar particularmente neste passo:

- A outorga de um «direito de reparação» aos consumidores
- A **promoção da reparação** em vez da substituição
- A normalização das peças sobresselentes susceptível de promover a interoperabilidade e a inovação
- O acesso gratuito às informações necessárias para a reparação e a manutenção

Um cacharolite de informações que aos produtores incumbe oferecer ou dispensar em matéria de disponibilidade de peças sobresselentes, actualizações de «software» e a faculdade de reparação de um produto, nomeadamente acerca de:

- o período estimado de disponibilidade a partir da data da compra,
- o preço médio das peças sobresselentes no momento da compra,
- o prazos aproximados recomendados de entrega e reparação e
- informações sobre os serviços de reparação e manutenção
- o período mínimo obrigatório para o fornecimento de peças sobresselentes em consonância com a duração de vida estimada do produto após a colocação no
- mercado da última unidade

- A garantia de preço razoável para as peças sobresselentes
- A garantia legal para as peças substituídas por um reparador profissional quando os produtos já não estiverem cobertos pela garantia legal ou comercial
- A criação de incentivos, como o «bónus do artesanato», susceptíveis de promover as reparações, em particular após o fim da garantia legal.

Este quadro está, com efeito, por concretizar.

Entronca na **Nova Agenda Europeia do Consumidor** [Plano Quinquenal de Acção da União Europeia para os Consumidores (2021/2025)] e tende a fazer o seu “*cursus honorum*” nos próximos anos.

5 Conclusão

1. Entre

- a prorrogação da vida dos produtos,
- a disponibilidade de sobresselentes no horizonte de um decénio ou mais (tempo médio útil de vida do bem),
- a ampliação das garantias legais e o estímulo às garantias comerciais e
- a outorga de substancial direito de reparação em lugar do de substituição

E uma vigorosa pugna contra a obsolescência prematura, tanto precoce como programada, há que dar prevalência ao bom combate contra o desperdício, o descarte, a exponenciação de resíduos, em prol de uma existência tecida de teias de sustentabilidade contra o que de todo se lhe opuser, seja de que quadrante for...

2. Há que “**dar, pois, mais vida aos produtos para que a vida se prolongue**”!

Eis o lema de uma estratégia que força é se converta em **nova política de consumidores contra o desfalecimento, a defecção ou a inépcia.**

Porque há que

“**dar mais vida às coisas para que se dê mais vida à vida**”!