

Universidade Católica de Moçambique
Faculdade De Direito
Programa de Doutoramento em Direito Privado

JÚLIO ANDRÉ MAZALO MALENE

**CONTRATOS DE CONSUMO CELEBRADOS À
DISTÂNCIA E FORA DO ESTABELECIMENTO NO
ORDENAMENTO JURÍDICO MOÇAMBICANO: UMA
ANÁLISE AO DIREITO AO ARREPENDIMENTO**

Chimoio, Março de 2025

Universidade Católica de Moçambique
Faculdade De Direito
Programa de Doutoramento em Direito Privado

JÚLIO ANDRÉ MAZALO MALENE

**CONTRATOS DE CONSUMO CELEBRADOS À
DISTÂNCIA E FORA DO ESTABELECIMENTO NO
ORDENAMENTO JURÍDICO MOÇAMBICANO: UMA
ANÁLISE AO DIREITTO AO ARREPENDIMENTO**

Tese a ser apresentada na Faculdade de
Direito da Universidade Católica de
Moçambique com vista à obtenção do
grau de Doutor em Direito, na
especialidade de Direito Privado sob
orientação do **Prof. Doutor Jorge
Morais Carvalho**

Chimoio, Março de 2025

Universidade Católica de Moçambique
Faculdade De Direito
Programa de Doutoramento em Direito Privado

JÚLIO ANDRÉ MAZALO MALENE

**CONTRATOS DE CONSUMO CELEBRADOS À
DISTÂNCIA E FORA DO ESTABELECIMENTO NO
ORDENAMENTO JURÍDICO MOÇAMBICANO: UMA
ANÁLISE AO DIREITO AO ARREPENDIMENTO**

_____, _____, de _____ de 2025

Resultado _____

Membros do Júri

Presidente: _____

Supervisor: _____

Secretário: _____

Oponente: _____

Oponente: _____

Autor: _____

ÍNDICE

DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO DE ANTI-PLÁGIO/AUTENTICIDADE.....	VIII
DEDICATÓRIA	IX
AGREDECIMENTOS	X
RESUMO.....	XI
ABSTRACT	XII
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	XIII
INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I: QUADRO METODOLÓGICO.....	11
1.1. Metodologia e pesquisa.....	11
1.2. Tipos de pesquisa	14
1.2.1. Quanto à abordagem	14
1.2.2. Quanto à natureza.....	16
1.2.3. Quanto aos objectivos	17
1.3. População, amostra e processo de amostragem	20
1.3.1. População.....	20
1.3.2. Amostra.....	21
1.3.3. Processo de amostragem.....	21
1.4. Técnica de colecta de dados.....	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	25
2.1. CONTRATO	25
2.1.2. Origem Etimológica e evolução histórica.....	25
2.2. Noção de Contrato (Generalidades).....	28
2.3. Princípios fundamentais do regime dos contratos	31
2.3.2. Princípio da liberdade contratual.....	31
2.3.2.1. Liberdade de celebração dos contratos	33
2.3.2.2. Liberdade de fixação do conteúdo dos contratos	36
2.4. Modalidades de contratos.....	37
2.4.1. Classificação dos contratos quanto à forma	37
2.4.2. Classificação dos contratos quanto ao modo de formação	39
2.4.3. Classificação dos contratos quanto aos efeitos	42
2.4.3.1. Contratos obrigacionais e reais.....	42
2.4.3.2. A cláusula de reserva de propriedade	43

2.4.4.	Classificação dos contratos entre sinalagmáticos e não sinalagmáticos	44
2.4.5.	Classificação dos contratos entre onerosos e gratuitos	45
2.4.6.	Classificação dos contratos entre cumulativos e aleatórios	47
2.4.7.	Classificação de contratos entre nominados e inominados, contratos típicos e atípicos 48	
2.4.8.	Contratos mistos	49
2.5.	O Direito do Consumo e o contrato de consumo	51
2.5.1.	O Direito de consumo	51
2.5.1.1.	Origem e Fundamento do Direito de Consumo	52
2.5.1.2.	Conceito de Consumidor	56
2.5.1.3.	A protecção do consumidor: fundamento e interesses subjacentes	60
2.5.2.	O Contrato de Consumo no Geral	62
2.5.2.1.	Negociação	63
2.5.2.1.1.	Informação Pré-Contratual	64
2.5.2.1.2.	Integração publicitária contratual	64
2.5.2.1.3.	Publicidade enganosa	65
2.5.2.2.	Formação	67
2.5.2.2.1.	Requisitos de celebração	67
2.5.2.2.2.	Modelos formativos especiais	69
2.5.2.3.	Conteúdo	70
2.5.2.3.1.	Cláusulas contratuais gerais	71
2.5.2.3.2.	Práticas comerciais desleais	73
2.5.2.4.	Efeitos	74
2.5.2.5.	Conformidade com o contrato	75
2.5.2.6.	Boa-fé	76
2.5.2.7.	Lugar e prazo da prestação	76
2.5.2.8.	Preço	77
2.5.2.9.	Extinção	79
2.5.3.	Contrato de Consumo Em Especial	80
2.5.3.1.	Proposta e seus Requisitos	82
2.5.3.2.	Proposta e Convite para Contratar	85
2.5.3.3.	Proposta ao Público	86
2.5.3.4.	Aceitação	88
2.5.4.	Referência as Práticas Comerciais	90
CAPÍTULO III: TRATAMENTO DO MATERIAL EMPÍRICO		92

3.1. Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento e o Direito de Arrependimento	92
3.1.1.1. Requisitos.....	94
3.1.1.2. Deveres de informação pré-contratual.....	99
3.1.1.3. Formação dos contratos celebrados à distância	105
3.1.1.4. Modalidades de contratos celebrados à distância	106
3.1.1.4.1. Contratos celebrados por correspondência postal	106
3.1.1.4.2. Contratos celebrados com recurso a televisão e rádio	108
3.1.1.4.3. Contratos celebrados por telefone	110
3.1.1.4.4. Contratos celebrados através da internet	111
3.1.1.4.5. Contrato de crédito ao consumo celebrado à distância	115
3.1.1.5. Deveres de informação pós-contratual.....	118
3.1.2. Contratos celebrados fora do estabelecimento	120
3.1.2.2. Deveres pré-contratuais.....	126
3.1.2.3. Formação do contrato celebrado fora do estabelecimento.....	129
3.1.2.4. Modalidades ou Tipologia de Contratos Celebrados fora do Estabelecimento.....	130
3.1.2.4.1. Contratos celebrados no comércio ambulante	130
3.1.2.4.2. Contratos celebrados no domicílio	132
3.1.2.4.3. Contratos celebrados no local de trabalho.....	135
3.1.2.4.4. Contratos celebrados em reuniões	137
3.1.2.4.5. Contratos celebrados em excursões	138
3.1.2.5.5. Contratos celebrados em local indicado pelo profissional.....	139
3.1.2.4.6. Contrato de crédito ao consumo celebrado fora do estabelecimento comercial.....	141
3.1.3. O direito de arrependimento.....	143
3.1.3.1. Considerações gerais.....	143
3.1.3.2. Princípios do Direito de Arrependimento.....	148
3.1.3.3. Denominação e Natureza Jurídica.....	149
3.2. Direito de arrependimento nos contratos celebrados à distância	151
3.2.1. Prazos para o exercício do direito de arrependimento nos contratos celebrados à distância 153	
3.2.2. Efeitos do exercício nos contratos celebrados à distância	155
3.2.2.1. Reembolso do valor pago nos contratos celebrados à distância.....	156
3.2.2.2. Devolução do bem nos contratos celebrados à distância	157
3.2.2.3. Transferência do risco nos contratos celebrados à distância	158
3.2.3. Excepções ao direito de arrependimento dos contratos celebrados à distância	159

3.3. Direito de Arrependimento nos contratos celebrados fora do estabelecimento	160
3.3.1. Prazos para o exercício do direito de arrependimento nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.....	161
3.3.2. Exercício do direito de arrependimento nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.....	162
3.3.3. Efeitos do contrato no decurso do prazo nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.....	163
3.3.4. Efeitos do exercício do direito de arrependimentos nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.....	165
3.3.5. Transferência do risco nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial	167
3.3.6. Excepções ao exercício do direito de arrependimentos nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.....	168
3.4. Limites impostos ao exercício do direito de arrependimento nos contratos de consumo	169
3.4.1. O abuso do direito.....	169
3.4.2. Modalidades do abuso do direito.....	172
3.4.2.1. <i>Tu quoque</i>.....	172
3.4.2.2. <i>Venire contra factum proprium</i>.....	174
3.4.2.3. <i>Suppressio</i>/Preclusão/<i>Verwirkung</i>.....	175
3.4.2.4. Inalegibilidades formais	176
3.4.3. Desequilíbrio no exercício	178
3.4.4. Pressupostos para o exercício do direito	180
3.4.4.1. Boa fé.....	180
3.4.4.2. Bons costumes.....	181
3.4.4.3. Fim social ou económico do direito.....	182
3.5. O abuso do direito nos contratos de consumo	182
3.5.1. Inalegabilidades formais e <i>venire contra factum proprium</i>	186
3.6. O Direito de Arrependimento e o Princípio <i>Pacta Sunt Servanda</i>	191
3.7. O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e fora do estabelecimento em Moçambique	193
3.7.1. Quadro legislativo sobre a contratação à distância e fora do estabelecimento em Moçambique e na Região	201
3.7.1.1. A lei de transacções electrónicas.....	201
3.7.1.2. Regulamento do Sistema de Certificação Digital de Moçambique.....	210
3.7.1.3. Convenção da União Africana sobre Cibersegurança e Protecção de Dados Pessoais (CUACPDP).....	211
3.7.1.4. Lei Modelo Harmonização das Políticas das Tecnologias de Informação e Comunicação na Africa Subsariana.....	212

3.7.1.5. União Postal Universal – ECOM@AFRICA	215
3.7.1.6. Iniciativas Regionais	215
3.8. Análise e interpretação dos dados obtidos no estudo do campo	216
3.8.1. A consagração fáctica do direito de arrependimento nos contratos à distância e fora do estabelecimento	216
3.8.2. Nota de campo (extracto de entrevista).....	221
3.9. Estudo comparativo do exercício do direito de arrependimento com algumas realidades jurídicas	223
3.9.1. No direito angolano	223
3.9.2. No direito português	228
3.9.3. No direito espanhol	231
3.9.4. No direito francês	233
3.9.5. No direito italiano	235
3.9.6. No direito alemão	238
3.9.7. No direito brasileiro	240
3.9.8. No direito argentino e uruguaio.....	242
CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	245
i) Conclusões	245
ii) Recomendações	249
BIBLIOGRAFIA	255
APÊNDICE.....	272
Guião de entrevista realizada com os consumidores:	272
Guião de entrevista realizada com os comerciantes/vendedores/fornecedores:	273
Guião de entrevista realizada com os administradores/gestores de lojas virtuais	274
Guião de entrevista realizada com os técnicos dos serviços de mediação judicial	275

DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO DE ANTI-PLÁGIO/AUTENTICIDADE

Certifico sob a minha honra que o trabalho que submeto é autêntico e que todas as referências estão devidamente identificadas. Estou ciente de que a falta de identificação de conteúdo de terceiros é considerada uma violação ética e disciplinar séria.

Chimoio, Março de 2025

O Autor

(Júlio André Mazalo Malene)

DEDICATÓRIA

Dedico o trabalho à memória dos meus pais, que sempre elegeram à minha educação como suas prioridades.

AGREDECIMENTOS

A palavra “obrigado” soa-me pouco a ter que direccionar a cada pessoa ou entidade que tornou possível o alcance dessa meta e a realização deste propósito.

Em primeiro lugar à Deus todo poderoso, a quem devo o dom da vida, e que me concedeu força e coragem em busca desse tão almejado sonho.

À Neuza, minha mulher, que foi com quem compartilhei pela primeira vez o desafio de trilhar nestes caminhos e que sempre me apoiou moralmente para que me reerguesse sempre que cogitei desistir. Aos meus filhos Einstein e Ebron, que configuram para todos os momentos a minha força inspiradora e as minhas irmãs Victória e Chitunga que sempre acompanharam e participaram em todas as etapas dos meus estudos.

À Direcção da Faculdade de Engenharias, minha entidade empregadora que não me deixou sozinho em nenhum dos processos ligados ao processo de formação e contribuiu para custear os estudos através da bolsa que me concedeu.

Aos meus colegas dos primeiros grupos do Doutoramento em Direito na Faculdade de Direito da Universidade Católica de Moçambique, em especial ao Alfredo Cumbana que foi o meu companheiro nas viagens e nunca me deixou esquecer que a realização deste sonho era efectivamente possível e estava completamente a mercê da minha dedicação.

Por fim, e não menos importante, à todos os formadores e em especial ao Professor Doutor Jorge Morais Carvalho, à quem escolhi como orientador desta tese e que sempre e sempre mesmo, mostrou-se disponível de maneira eficiente para me corrigir quando estivesse equivocado e me indicar os horizontes para alcançar os melhores resultados e concluir o trabalho que a dado momento considera-se em condições suficientes para ser partilhado. Foi não um co-autor e sim o meu primeiro examinador.

Aos que não tiver directamente mencionado, mas que tiveram enorme contributo para que a realização dessa pesquisa se tornasse possível, vão os meus sinceros e profundos agradecimentos.

RESUMO

O aspecto central do estudo em alusão assenta numa análise dos contratos de consumo celebrados à distância e fora do estabelecimento, de uma forma global e do direito de arrependimento numa perspectiva específica. O propósito final cinge na demonstração de que enquanto o inexistir um instrumento dedicado em regular os contratos de consumo em especial no ordenamento jurídico moçambicano, dificilmente o direito de arrependimento aplicado a essas modalidades contratuais será eficazmente exercido pelo consumidor apesar de esforços isolados realizados pelo legislador no sentido de acompanhar instrumentos de outros países que já se encontram com nível de evolução consideravelmente acentuadas para a referida matéria. Apesar da inexistência de legislação específica reguladora de relações de consumo desta natureza, elas ocorrem de forma cada vez mais crescente no seio das interações entre consumidores e prestadores de bens ou fornecedores de serviços, tornando-se necessário estudar qual o regime jurídico que se aplica de forma alternativa e que seja capaz de reduzir o impacto inevitável da violação dos direitos e interesses do consumidor. Se tratando de negócios jurídicos celebrados sem a presença física e simultânea das partes, por meio de correspondência ou outras técnicas de comunicação à distância, ou ainda por se terem realizados em locais incomuns, de forma esporádica e que não permita que o consumidor possa fazer a devida reflexão sobre o interesse em contratar, muito sentido faz que a lei ofereça a esta parte vulnerável no contrato um período de tempo suficiente para o fazer posteriormente. Contudo, há sempre que estabelecer limites capazes de colocar freio a um eventual exagero no exercício do direito de arrependimento, sob o risco de ao proteger a uma das partes no contrato, colocar a outra em situação de evidente vulnerabilidade e insegurança jurídica. Daí que, surgem as exceções e condições do seu exercício que vão desde os prazos, os efeitos que se verificam quanto a devolução dos bens e o reembolso do valor, os encargos inerentes ao processo, os mecanismos para o seu exercício, a natureza dos bens ou serviços excluídos, os deveres de informação pré e pós-contratual dentre vários aspectos que apenas uma legislação específica será capaz de regular. Porém, nem tudo se considera esquecido, pois alguns passos vêm sendo dados ao nível legislativo, ao consagrar o direito de retractação a nível da Lei de Defesa do Consumidor e no seu Regulamento, na Lei de Transacções Electrónicas que simultaneamente abarca matérias relativas ao Governo Electrónico e no Código de Publicidade que, no entanto, mostram-se ainda insuficiente.

Palavras-chave: contratos de consumo em especial, direito de arrependimento, limites ao exercício.

ABSTRACT

The central aspect of the study in question is based on an analysis of consumer contracts concluded remotely and outside the establishment, in a global way and the right to repentance from a specific perspective. The final purpose is to demonstrate that while the first is not properly regulated in the Mozambican legal system, the second will hardly be effectively exercised by the consumer despite isolated efforts made by the legislator to accompany instruments from other countries that are already in place. with a considerably accentuated level of evolution in this matter. Despite the lack of specific legislation regulating consumer relations of this nature, they occur increasingly within interactions between consumers and providers of goods or service providers, making it necessary to study which legal regime applies in alternative way that is capable of reducing the inevitable impact of violating consumer rights and interests. In the case of legal transactions concluded without the physical and simultaneous presence of the parties, through correspondence or other distance communication techniques, or even because they were carried out in unusual locations, in a sporadic manner and that do not allow the consumer to make the Due reflection on the interest in contracting, it makes a lot of sense for the law to offer this vulnerable party in the contract a sufficient period of time to do so later. However, it is always necessary to establish limits capable of putting a brake on a possible exaggeration in the exercise of the right to repentance, at the risk of protecting one of the parties to the contract, placing the other in a situation of evident vulnerability and legal uncertainty. Hence, exceptions and conditions for its exercise arise, ranging from deadlines, the effects that occur regarding the return of goods and reimbursement of the value, the charges inherent to the process, the mechanisms for exercise, the nature of the goods or services excluded, pre- and post-contractual information duties among various aspects that only specific legislation will be able to regulate. However, not everything is considered forgotten, as some steps have been taken at the legislative level, by enshrining the right of withdrawal in the Consumer Protection Law and its Regulations, in the Electronic Transactions Law, which simultaneously covers matters relating to Electronic Government and in the Advertising Code, which, however, are still insufficient.

Keywords: consumer contracts in particular, right of withdrawal, limits to exercise.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AA	Autores
AAFDL	Associação Académica da Faculdade de Direito de Lisboa
Al. ou als.	Alínea ou alíneas
AM	Assembleia Municipal
AR	Assembleia da República
ARCTEL	Associação de Reguladores e Comunicações e Telecomunicações
Art.º ou arts.º	Artigo ou artigos
BGB	<i>Bürgerliches Gesetzbuch</i>
BFDUC	Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra
BMJ	Boletim do Ministério da Justiça
B.R	Boletim da República
B2C	<i>Business to Consumer</i>
CITMC-2	Conferência dos Ministros Africanos responsáveis pelas Tecnologias de Informação e Comunicação
CC ou Cód. Civ.	Código Civil
Ccom.	Código Comercial
CD	<i>Compact Disc</i>
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CDCB	Código de Defesa do Consumidor do Brasil
CE	Comunidade Europeia
CEE	Comunidade Económica Europeia
CEDSIF	Centro de Desenvolvimento de Sistemas de Informação de Finanças
Cit.	Citado
Cfr.	Conferir ou confrontar
CPM	Código de Publicidade Moçambicano
CPLP	Comunidade de Países de Língua Portuguesa
CRM	Constituição da República de Moçambique

CUACDPDP	Convenção da União Africana sobre Cibersegurança e Protecção de Dados
Pessoais	
DInD	Direito Industrial
D-L	Decreto-Lei
Dr.	Doutor
Ed.	Edição
EDC	Estudos do Direito do Consumidor
EDUERJ	Editora da Universidade do Rio de Janeiro
<i>e-commerce</i>	comércio electrónico
E-mail	<i>electronic mail</i>
E.P	Empresa Pública
<i>Et.al.</i>	E outros
Etc. ou etc.	<i>Et cetera</i>
Ex.	Exemplo
EU	União Europeia
FACIM	Feira Internacional de Maputo
FADIR	Faculdade de Direito
Fucamp	Fundação Carmelita Mário Palmério
GBM	Governador do Banco de Moçambique
Gov.	Governo
HIPSSA	Harmonização das Políticas das Tecnologias de Informação e Comunicação na
	Africa Subsariana
https	<i>Hyper Text Transfer Protocol Secure</i>
HUCITEC	Humanidades, Ciência e Tecnologia
ICET	Índice de Capacidade Estatística Territorial
IGEPE	Instituto de Gestão das Participações do Estado
IPEX	Instituto para de Apoio a Exportação
L.	Lei
LAC	Lei das Actividades Comerciais

LCCG	Lei das Cláusulas Contratuais Gerais
LICSF	Lei das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras
LE	Lei da Electricidade
LDC	Lei de Defesa do Consumidor
LTE	Lei de Transacções Electrónicas
Mt. Ou Mts.	Metical ou Meticais
mz	Moçambique
n.º ou nr.	Número ou números
OLX	<i>On Line Exchange</i>
ONU	Organização das Nações Unidas
Org. ou Orgs.	Organizador ou Organizadores
p. ou pp.	Página ou páginas
PLS	Projecto de Lei do Senado
PRE	Programa de Reestruturação Económica
Proc.	Processo
Prof.	Professor
Pt.	Portugal ou português
QR code	<i>Quick Response Code</i>
RCALF	Regulamento sobre o Comércio Ambulante em Lugar Fixo
RLDC	Regulamento da Lei de Defesa do Consumidor
SADC	Comunidade para o Desenvolvimento da Africa Austral
SCDM	Sistema de Certificação Digital de Moçambique
SMS	<i>Short mesage service</i>
ss.	seguintes
Trad.	Tradução ou traduzido
UCM	Universidade Católica de Moçambique
UDESC	Universidade do Estado de Santa Catarina
UEC	<i>European Cycling Union</i>

UFRGS	Universidade Federal Rio Grande do Sul
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UIT	União Internacional de Telecomunicações
UNCITRAL	<i>Union Nations Commission on Internaticional Trade Law</i>
UNICE/IESF	Instituto de Ensino Superior de Fortaleza
UNIDROIT	Instituto Internacional para a Unificação do Direito Privado
UPC	Universidade Provincial de Córdoba
UPU	União Postal Universal
V. ou Vide	Ver
VV	Vários
Vol.	Volume
www	<i>World Wide Web</i>

INTRODUÇÃO

O estudo em causa traduz-se na concretização da tese de doutoramento em Direito Privado ministrado numa parceria entre a Faculdade de Direito (FADIR) da Universidade Católica de Moçambique (UCM) e a Faculdade de Direito da Universidade NOVA de Lisboa (UNL) e tem como tema: **Contratos de Consumo Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento no Ordenamento Jurídico Moçambicano: Uma análise ao Direito de Arrependimento.**

O tema exposto enquadra-se nas relações do direito privado ou direito civil, especificamente no direito comercial que foi uma disciplina abordada na parte curricular da formação. Para ser mais concreto tratou a nossa tese sobre as questões do direito do consumo sem logicamente descurar da possibilidade de lançar mão a outras áreas no campo jurídico, atendendo a natureza interdisciplinar entre os seus ramos.

O trabalho desenvolveu um raciocínio capaz de abarcar as questões relativas ao contrato de consumo com maior enfoque aos que sejam celebrados à distância, fora do estabelecimento e os que a lei equipara, o direito do arrependimento e as figuras afins (direito de retractação e o direito de livre resolução) e finalmente as suas consequências e condições para o seu exercício.

Com o fito de garantir uma melhor orientação ao estimado leitor e facilitar a compreensão temática, são apresentados de forma metódica uma delimitação do estudo que abarca o marco teórico, o quadro legislativo central e estudos práticos pela qual a pesquisa foi conduzida.

O marco teórico começa com a apresentação da origem etimológica e a evolução histórica dos contratos em geral, o seu conceito e os princípios fundamentais que norteiam o instituto. Princípios fundamentais do regime dos contratos, nomeadamente o princípio da liberdade contratual, da liberdade de celebração dos contratos, da liberdade de fixação do conteúdo dos contratos. Mais adiante, trata-se sobre as modalidades de contratos e a classificação dos contratos quanto à forma, quanto ao modo de formação e quanto aos efeitos. Discorre-se sobre os contratos obrigacionais e reais, a cláusula de reserva de propriedade, a classificação dos contratos entre sinalagmáticos e não sinalagmáticos, entre onerosos e

gratuitos, entre cumulativos e aleatórios, entre nominados e inominados, contratos típicos e atípicos e finalmente os contratos mistos.

Posto isto, acomete-se no conteúdo fulcral da componente teórica relacionada ao direito do consumo e o contrato de consumo que vão desde a origem e fundamento do direito de consumo, o conceito de consumidor, a protecção do consumidor: fundamento e interesses subjacentes, o contrato de consumo no geral, os pressupostos da negociação que iniciam com o dever de informação pré-contratual, a integração publicitária contratual, a publicidade enganosa a formação, os requisitos de celebração, os modelos formativos especiais, do conteúdo das cláusulas contratuais gerais, das práticas comerciais desleais e o seus efeitos, da conformidade com o contrato, a figura de boa-fé, o lugar e prazo da prestação, o preço, as condições de extinção.

Adiante, apresenta-se o referencial teórico relacionado com o contrato de consumo em especial como começo na proposta e seus requisitos, a proposta e convite para contratar, a proposta ao público, a aceitação, a referência as práticas comerciais, os contratos celebrados à distância, que agrega as considerações gerais, os requisitos, os deveres de informação pré-contratual, a formação dos contratos celebrados à distância e as modalidades de contratos celebrados à distância, nomeadamente contratos celebrados por correspondência postal, contratos celebrados com recurso a televisão e rádio contratos celebrados por telefone, contratos celebrados através da internet, contrato de crédito ao consumo celebrado à distância, e os deveres de informação pós-contratual. Na mesma senda, discorre-se em torno dos contratos celebrados fora do estabelecimento, tendo início com as considerações gerais, os requisitos, os deveres pré-contratuais a sua formação, as modalidades ou tipologia, que se traduzem nos contratos celebrados no comércio ambulante, celebrados no domicílio, celebrados no local de trabalho, celebrados em reuniões, celebrados em excursões, em local indicado pelo profissional, de crédito ao consumo celebrado fora do estabelecimento comercial.

Por fim, foi abarcada a teoria geral do direito de arrependimento que consagram os princípios do direito de arrependimento, a denominação e natureza jurídica, o direito de arrependimento nos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento, o prazos para o exercício do direito, o efeitos do exercício nos contratos celebrados à distância, o reembolso do valor devolução do bem nos contratos, a transferência do risco a excepções ao direito de

arrependimento dos contratos celebrados e o direito de arrependimento e o Princípio *Pacta Sunt Servanda*.

Em termos de legislação moçambicana, estudam-se principalmente os instrumentos que aludem a referida figura, nomeadamente, o direito de desistir previsto no artigo 21, n.º 5 da Lei n.º 22/2009, de 28 de Setembro que aprovou a Lei de Defesa do Consumidor), a direito de retratação consagrado no artigo 26 do Decreto n.º 27/2016, de 18 de Julho – epígrafe), o direito de desistência, estabelecido no artigo 26, n.º 2 do Decreto n.º 27/2016, de 18 de Julho, que aprovou o Regulamento da Lei de Defesa do Consumidor), e o (art.º 4 do Aviso n.º 8/GBM/2021, de 22 de Dezembro, aprovou o Código de Conduta das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras e de Protecção do Consumidor Financeiro e a direito à livre resolução (artigo 45 da Lei n.º 3/2017, de 31 de Dezembro), o direito de livre cancelamento disposto no artigo 45 da Lei n.º 3/2017, de 31 de Dezembro), a direito de reflexão, a direito de repensar e a direito de arrependimento.

Trata-se de uma pesquisa que durou cerca de seis anos, que teve início em meados do ano 2018, altura em que foi desenhado o projecto e meados do ano 2024, momento em que foram compilados os resultados do trabalho realizado e finalizada a redacção do texto apresentado.

Refere-se de uma visão de estudo virado para o quadro legislativo na a área do direito de consumo no ordenamento jurídico moçambicano, que, no entanto, para um estudo comparado, lançou mão para outras realidades jurídica, africanas, europeias e americanas.

Vai passando o tempo em que os acordos são apenas realizado por intermédio de contactos físicos diante do qual as partes negoceiem directamente e sem o recurso a qualquer meio tecnológico de comunicação – sem significar que tais modalidades de formação de contratos que estejam completamente em desuso – facto é, que as condições actuais de vida, propiciaram que se tenham aprimorado outros modelos de contratação, nomeadamente, os contratos à distância, normalmente subjacente a plataformas electrónicas, contratos de adesão, contratos no domicílio e outros equiparados.

Com efeito, sobretudo graças à padronização dos sistemas de distribuição comercial e à emergência de novas técnicas e publicidade, verifica-se que os contratos de consumo são frequentemente negociados e concluídos sem qualquer relação de imediação física e simultânea das partes contraentes. Hoje vai sendo cada vez mais raro que a compra de

qualquer artigo, a contratação de determinados serviços no mercado, implique a deslocação física do adquirente a sede, sucursal, agência ou filial do fornecedor, produtor ou revendedor. De facto, a aplicação criativa de novas tecnologias de comunicação as transacções comerciais realizadas por intermédio das cartas, catálogos publicitários, videoconferência, correio electrónico, rádio, televisão, etc., vem tornando tal hipótese cada vez mais remota.

Em Moçambique, bem como em outros países o direito de consumo e a defesa do consumidor são realidades relativamente recentes. O texto constitucional só passou a dispor e de forma tímida, que se realce, sobre tal abordagem a partir de 1990, e a primeira organização engajada na defesa do consumidor, a *ProConsumers* foi registada por despacho de Ministro da Justiça em 16 de Novembro de 1995, portanto os seus estatutos só vieram a ser publicados no B.R III Série Número 12 de 21 de Março de 2001.

Porém, perante as formas de crescimento e desenvolvimento da nossa sociedade de consumo nos dias que correm, revela-se necessário preparar-se específica e organizadamente face aos actos iminentemente suspeitos capazes de colocar em causa os interesses do consumidor, significando, a protecção daquele que se encontra em situação de vulnerabilidade de tais acções suspeitas e propícias a ferir os interesses, por virtude, da sua situação débil e dependente, económica, técnica, jurídica, culturalmente, etc., da organização económica da existente na sociedade.

Assiste-se assim, ao surgimento bastante lento quando comparado ao desenvolvimento das práticas negociais, de legislação avulsa especial. O pouco conteúdo legislativo existente, para além de ficar deslocado das vivências quotidianas, revela sua natureza multidisciplinar e por isso incapaz de abarcar afincadamente os problemas que recorrentemente nascem.

Ora, precisamente, dos sectores em que isto não sucede (acompanhamento da legislação as práticas comerciais) é o sector do consumidor, seja através de ausência de publicações de disciplina específica para novas modalidades de contratos, seja através de produção e aprovação de instrumentos normativos que se proponham a disciplinar actuais modelos de formação de contratos – e um desses é, naturalmente a realização de contratos mediante recurso a técnicas e meios de comunicação à distância e equiparados. Por isso, pretendemos analisar e reflectir sobre o direito de arrependimento ou livre resolução em

contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial do fornecedor, sendo exactamente a razão da escolha do tema.

Finalmente, é de realçar que dentre os problemas levantados na contratação à distância e fora do estabelecimento, coloca-se, especificamente, o da tutela do consentimento e o dever de informação; daí, específicas exigências de observância de forma e a consagração do correspondente direito de desvinculação unilateral do contrato, que particularmente se destaca, passando a integrar a lista das maiores e mais assentes conquistas do direito do consumidor.

Justificadamente a questão não foi tratada pelo Código Civil, pois, o mesmo data de 1966, altura em que ainda nem sequer se cogitava falar de direito do consumo, mais ainda assim não deixa de indirectamente salvaguardar os interesses para a classe do consumidor.

Podemos afirmar com ousadia que o Código Civil não ignorou a figurado do consumidor e a protecção a ele merecida. Pelo contrário, ele consagrou princípios e regras essenciais para a defesa dos direitos do consumidor. Esses princípios incluem a boa-fé (prevista nos arts.º 227º, 239º e 762º, n.º 2), a proibição de abuso de direito (art.º 334º), a prevenção de negócios usurários (art.º 282º), a doutrina da base do negócio (art.º 437º), a responsabilidade civil objectiva (arts.º 500º, ss.) e o princípio geral da responsabilidade baseada na culpa (art.º 483º). Além disso, o Código Civil prevê a redução equitativa das penas contratuais quando forem manifestamente excessivas (art.º 812º).

Em outras palavras, o Código Civil estabelece directrizes capazes de resolver desequilíbrios, prevenir abusos e promover uma conduta correcta e leal nas relações contratuais. Ele também impõe obrigações, busca segurança e fundamenta a responsabilidade civil, indo para além da mera culpa. Assim, embora não seja exclusivamente voltado à defesa e protecção do consumidor, o código compartilha preocupações de justiça material e solidariedade social que também beneficiam os consumidores.

Evidentemente que a vida é dinâmica, e ela evoluiu, com as mais variadíssimas modificações factuais, e desde 1966 até os dias que hoje correm, com expressiva afirmação da sociedade de consumo, acentuaram-se de forma considerável as situações de desequilíbrio, evoluíram-se excessivamente as fontes de risco e nasceram problemas novos, e por assim ser,

desemboca a necessidade de corrigi-los em termos legislativos, perante as insuficientes e inadequadas soluções trazidas tradicionalmente.

É assim que é em 2009, consagrada a Lei de Defesa do Consumidor (Lei n.º 22/2009, de 28 de Setembro), pela primeira vez, no nosso ordenamento jurídico começou a tratar de forma tendencialmente unitária as duas modalidades contratuais, de fornecimento de bens ou serviços, tais como a venda automática e as vendas especiais esporádicas. Entre os artigos 5º à 12º da Lei de Defesa do Consumidor (LDC) se encontram salvaguardados os direitos do consumidor, que são de algum modo concretizados em todo o diploma. Para o efeito do estudo em apreço, relevância preponderante destaca-se no o art.º 11º do mesmo diploma.

O artigo 21, n.º 5 da Lei de Defesa do Consumidor (LDC) estabelece o seguinte: “O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias úteis a contar da data da recepção de bens ou serviços, sempre que a contratação de fornecimento de bens ou serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial por meio de correspondência ou outros equivalentes”.

Essa disposição visa proteger os consumidores, permitindo-lhes reconsiderar a compra quando realizada remotamente, como em compras *online* ou por telefone. Durante esse período de reflexão, o consumidor pode cancelar o contrato sem a necessidade de justificar sua decisão.

Há oito anos atrás, quase uma década após a entrada em vigor da LDC, é aprovado o seu regulamento que dentre várias inovações trouxe consigo o direito a retractação, disposto no art.º 26º e mais uma vez apresentado de forma bastante tímida, devendo ser exercido nos sete dias subsequentes a assinatura do contrato ou da recepção do bem ou do serviço e sendo possível apenas nos contratos que ocorram fora do estabelecimento por meio de correspondência ou equivalentes.

Antes de o legislador consagrar tal prerrogativa ao consumidor, em nossa opinião, deveria antes, se preocupar em estabelecer um regime jurídico capaz de regular a celebração de tais modalidades de contratos, por forma a clarificar o seu âmbito de aplicação, os prazos legais para o exercício do direito e desde quando iniciam a sua contagem, a quem incumbe os encargos resultantes da retractação, que direitos assistem a cada uma das partes, em que condições não se permite a desistência, etc. Portanto, os próprios alicerces para o

exercício deste almejado direito do consumidor ainda não se encontram estabelecidos com a perfeição merecida.

Sendo as únicas disposições legais que confere o direito de arrependimento, consagrado como um direito potestativo, uma vez que dispensa a indicação das motivações que conduzam ao seu exercício e o pagamento de qualquer montante indemnizatório. Este modo de desvinculação atribuído ao consumidor de forma discricionária, é reconhecido pela ordem jurídica, como uma vantagem capaz de lhe permitir uma reflexão sobre o negócio celebrado, e se de tal exame de consciência resultar o arrependimento, desvincular-se das obrigações a si inerentes, e tornar o contrato como se nunca tivesse sido celebrado.

A referida possibilidade de se arrepender (direito de arrependimento) é consagrado de forma bastante retraída na Lei de Defesa do Consumidor, se atendermos que é tratado em apenas uma disposição, o que não faz com que não se reconheça o esforço do legislador. Verdade é, que a generalidade da lei civil não consagra tal figura apesar de ultimamente, considerar-se um dos recursos a que o consumidor mais necessidades têm de aceder para a protecção dos seus interesses.

Naturalmente que nas contratações feitas à distância, a possibilidade de insatisfação do consumidor de um bem ou adquirente de um serviço resulta da falta do contacto físico com o objecto da prestação se acentua – cabe evidentemente ao vendedor do bem ou prestador de serviços fornecer todas as informações do produto – maior salvaguarda do consumidor deva existir através da concessão de um lapso temporal de avaliação ou testagem do bem a partir do momento que é por si recebido.

Por outro lado, no ano seguinte do da aprovação do Regulamento da Lei de Defesa do Consumidor, um passo mais arrojado foi dado ao nível do quadro legislativo pátrio que culminou com a aprovação da Lei n.º 3/2017 de 9 de Janeiro, denominada “Lei de Transacções Electrónicas” com o intuito de finalmente regular as transacções electrónicas, o comércio electrónico, mas também o Governo Electrónico.

A lei ficou claramente curta no que respeita à protecção dos direitos do consumidor e a regulação do comércio electrónico, ou à distância, motivo que faz-nos tendencialmente concluir que não era esta a principal preocupação a quando da sua criação, aproveitando-se o legislador do ensejo para dispor sobre uma questão que até então se apresentava desregulada.

Por mais que a lei tenha reservado um espaço específico (CAPÍTULO IV) para tratar do comércio electrónico, a própria definição do instituto foi remetida para o glossário, conceituando-se como qualquer “actividade económica ao abrigo da qual uma pessoa oferece ou garante através de meios electrónicos a prestação de bens e/ou serviços”.

A protecção do consumidor, de forma explícita se encontra consagrada no Capítulo VI, entre os arts.º 43 a 46 da LTE, que remete a interpretação e a aplicação das referidas normas em consonância com a legislação geral de defesa do consumidor.

Diante dos argumentos supra apresentados que subjazem a fundamentação do problema que a nós inquieta formulamos a seguinte pergunta de partida: **poderá o consumidor exercer plenamente o direito de arrependimento nos contratos de consumo em especial nos moldes legalmente dispostos?**

O objectivo geral que norteou a pesquisa prende-se em analisar a possibilidade conferida ao consumidor de exercer o direito de arrependimento aos contratos de consumo celebrados à distância, fora do estabelecimento face a inexistência de um quadro legislativo que regule os referidos contratos.

Com vista a alcançar o objectivo geral retro enunciado, o trabalho desenvolveu, instrumentalmente cinco objectivos específicos, nomeadamente:

- Referenciar o tratamento aplicável aos contratos de consumo celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial do fornecedor ou vendedor;
- Estabelecer as linhas de fronteira entre o direito de arrependimento, o direito de retractação e o direito de livre resolução nos contratos de consumo;
- Discutir a eficácia do exercício do direito de arrependimento nos termos legalmente estabelecidos, diante do vazio normativo para os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento;
- Estabelecer um estudo comparativo das soluções entre o quadro moçambicano e de outros ordenamentos jurídicos sobre matérias relacionadas ao direito de arrependimento nos contratos de consumo;
- Verificar os limites impostos para se evitar o uso abusivo do exercício do direito de arrependimento.

A produção do trabalho foi realizada quanto a abordagem com base em pesquisa iminentemente qualitativa, compreendida como aquela capaz compreender o fenómeno social no âmbito do direito do consumidor, sem se preocupar afincadamente com o numero dos casos nos quais o exercício do direito de arrependimento é vedado.

No que a natureza respeita, a pesquisa adoptada foi a básica que tende a gerar abordagens diferentes e mais adequadas a realidade, no âmbito da legislação actual no sector do consumo e nos contratos neles celebrados.

Quanto aos objectivos, para realização do trabalho se optou em pesquisa exploratória, que objectiva proporcionar uma maior familiaridade com o problema, visando torna-los mais explícito e construir questões hipotéticas.

Em termos de procedimentos, foram combinados três tipos de pesquisa respectivamente, a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental na recolha do referencial teórico que sustente a tese, e como forma de colher elementos empíricos optou-se por incluir ainda a pesquisa de campo através da realização de entrevistas com agentes que actuam directa ou indirectamente nas relações de consumo e definadas mais abaixo como população relevante para o estudo.

Nos aspectos estruturais o trabalho subdivide-se em três partes essenciais:

A primeira parte consagra os elementos pré-textuais, concretamente a capa, a contra-capas (folha do rosto), a folha de avaliação declaração de compromisso anti-plágio, dedicatória, agradecimentos, lista de siglas e de abreviaturas, resumo (sumário executivo).

Na segunda parte reserva-se a compilação dos elementos textuais subdivididos em três capítulos:

São inicialmente apresentadas as notas introdutórias, que partem desde a apresentação do tema, a sua delimitação material – conceptual, temporal e espacial, a contextualização ou breve historial do direito do consumo no universo e no país, o problema jurídico que se levanta e a correspondente pergunta de partida que norteia a pesquisa, os objectivos, dentre o geral e os específicos e a estruturação do trabalho.

No primeiro capítulo, apresentamos a metodologia de pesquisa adoptada e que tornou possível a alcance dos resultados almejados no trabalho. Neste ponto, iniciamos por definir a trazer aspectos etimológicos da metodologia, a sua distinção com o método, e ainda

o próprio conceito de pesquisa. Aborda-se ainda no referido capítulo o tipo de pesquisa adoptada quanto a abordagem, natureza, objectivos e procedimentos. Mais adiante, trata-se no mesmo item, a questão da população definida, a amostra colhida e os procedimentos de amostragem obedecidos para tal definição. Por fim, ilustra-se os instrumentos que serviram de base para a colecta ou recolha dos dados obtidos para a formação das conclusões chegadas.

O segundo capítulo se ocupa da apresentação do manancial teórico que constituem o substrato para a construção da pesquisa baseada em outras pesquisas com abordagens similares anteriormente realizadas. Nesta senda, trouxemos desde o historial e origem etimológica dos contratos no geral, a sua definição de acordo com vários autores, os princípios que o informam, dentre outros. Incorpora ainda o capítulo teórico a noção jurídica de consumidor, o regime dos contratos de consumo no geral e dos contractos de consumo em especial, aos celebrados à distância e fora do estabelecimento, a tipologia dentre outros.

Já o quarto terceiro, constitui a discussão do trabalho propriamente dita. Trata-se do tratamento do material empírico, na qual, preocupamo-nos em abordar aspectos relacionados com o direito de arrependimento nos contratos de consumo em Moçambique e em outros ordenamentos jurídicos que servem de comparação, os princípios que servem de base e as condições para o seu exercício, a interpretação dos textos legislativos inerentes a matéria que vão desde a Lei de Defesa do Consumidor, a Lei das Transacções Electrónicas, a análise e interpretação dos dados existentes através da pesquisa realizada com o recurso aos procedimentos elencados e os cuidados a serem tomados que o mesmo não seja accionado de forma abusiva por parte de quem o detém.

Por fim, são abordadas as conclusões constatadas pelo estudo e as sugestões que visem a alteração do quadro legislativo vigente por forma a ultrapassar os problemas inicialmente suscitados pelo pesquisador.

CAPÍTULO I: QUADRO METODOLÓGICO

1.1. Metodologia e pesquisa

O termo metodologia significa estudo do método¹. Todavia, dependendo de sua utilização, a palavra metodologia tem dois significados totalmente distintos: ramo da pedagogia, cuja preocupação é o estudo dos métodos mais adequados para a transmissão do conhecimento e ramo da metodologia científica e da pesquisa, que se ocupa do estudo analítico e crítico dos métodos de investigação.

A palavra metodologia é utilizada no meio académico de forma errónea e equivocada. Comumente, compreende-se metodologia como conjunto de regras que tratam da apresentação de um trabalho científico, isto é, da forma e formato, que envolve o tamanho das margens, o tipo de letra, o espaço entre linhas, a numeração de secções e a colocação dos títulos das secções, dentre outros. É preciso esclarecer que isso não é metodologia, mas sim padronização e uniformização da apresentação de trabalhos científicos².

A metodologia científica lida com o método e a ciência. Método, originário do grego *methodos* (*met'hodos* significa literalmente “caminho para alcançar um objectivo”), é o caminho que leva a um determinado fim; metodologia é o estudo desse caminho, ou seja, o conjunto de regras e procedimentos estabelecidos para realizar uma pesquisa científica. Provém de ciência, que é o conjunto de conhecimentos precisos e ordenados metodicamente em relação a um domínio específico do saber. A metodologia científica é o estudo sistemático e lógico dos métodos usados nas ciências, seus fundamentos, sua validade e sua relação com as teorias científicas³.

É crucial distinguir entre metodologia e métodos. A metodologia se preocupa com a validade do caminho escolhido para alcançar o objectivo da pesquisa. Assim, não deve ser confundida com o conteúdo (teoria) nem com os procedimentos (métodos e técnicas). Dessa

¹ FERRARI, Afonso Trujillo, *Metodologia de Pesquisa Científica*, Atlas, São Paulo, 1982, p. 19. Neste sentido, “a palavra metodologia vem da palavra grega *méthodos*, formada por duas palavras *metá* que significa meio de; através, entre, acrescida de *odós*, que significa “caminho”. Assim, podemos dizer que Método significa ao longo do caminho, ou seja, “forma de proceder ao longo de um caminho”.

² ZANELLA, Liane Carly Hermes, *Metodologia de Pesquisa*, 2ª Ed. Reimpressa, UFSC, Florianópolis, 2013, pp. 22-23

³ TARTUCE, Terezinha de Jesus Afonso, *Métodos de Pesquisa*, UNICE - Ensino Superior, Apostila, Fortaleza, 2006, p.54.

maneira, a metodologia vai além da criação dos procedimentos, indicando a escolha teórica feita pelo pesquisador para abordar o objecto de estudo⁴.

A principal actividade da metodologia é a pesquisa. O conhecimento humano é caracterizado pela relação entre o sujeito e o objecto, que pode ser descrita como uma relação de apropriação. A complexidade do objecto a ser conhecido determina o nível de abrangência dessa apropriação. Portanto, a percepção simples da realidade quotidiana constitui um conhecimento popular ou empírico, enquanto o estudo detalhado e metódico da realidade se enquadra no conhecimento científico⁵.

A semelhança de metodologia, a pesquisa encontra uma infinidade de definições que variam de acordo com cada autor:

A pesquisa traduz-se no processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico e visa a produção do conhecimento novo⁶. Será ainda entendida, como uma actividade humana, honesta, cujo propósito é descobrir respostas para as indagações ou questões significativas que são propostas⁷, ou ainda um procedimento reflexivo, sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir factos novos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo de conhecimento⁸.

A pesquisa tem por finalidade conhecer e explicar os fenómenos que ocorrem no mundo, por isso, ela sempre inicia com uma interrogação, com uma grande pergunta que a estimula. Assim, podemos dizer que o processo de investigação é consequência de questionamentos de factos e fenómenos que ocorrem na realidade. Existe, portanto, uma dúvida e essa dúvida gera um questionamento, que por sua vez desencadeia actividades operacionais e intelectuais próprias de uma investigação científica⁹.

⁴ Neste sentido, MINAYO, Maria Cecília, de Souza, *O Desafio do Conhecimento. Pesquisa Quantitativa em Saúde*, HUCITEC, São Paulo 2007, p. 44. Acrescenta que, “no entanto, embora não sejam a mesma coisa, teoria e métodos são dois termos inseparáveis devendo ser tratados de forma integrada e apropriada quando se escolhe um tema, um objecto, ou um problema de investigação”.

⁵ GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA (orgs.), Denise Tolfo, *Métodos de Pesquisa*, 1ª Ed., Editora da UFRGS, Rio Grande do Sul, 2009, p. 11.

⁶ GIL, Carlos António, *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, 5ª Ed., Atlas São Paulo, 2007, p. 42.

⁷ FERRARI, Afonso Trujillo, *Metodologia de Pesquisa Científica*, cit. p. 167.

⁸ LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade, *Metodologia Científica*, 2ª Ed., revista e ampliada, Atlas, São Paulo, 1991, p. 154.

⁹ ZANELLA, Liane Carly Hermes, *Metodologia de Pesquisa*, cit. p. 31.

Nesta senda, a questão a que nos propomos responder ao longo do trabalho é:
poderá o consumidor exercer plenamente o direito de arrependimento nos contratos de consumo em especial nos moldes legalmente dispostos?

Para responder a questão que norteia o estudo e orientar toda a pesquisa foi adoptado quanto ao método uma abordagem de carácter maioritariamente teórico-jurídica, voltada para a análise da pouca legislação existente e, sobretudo as em falta (que deveriam existir) capazes de materializar com eficácia do consagrado direito de arrependimento nos contratos de consumo celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial em Moçambique, sem que tenha sido antes projectado, aprovado e implementado um diploma que regule os pressupostos suficientes para a celebração dos referidos tipos contratuais.

A visão do pesquisador concentra-se no facto de o legislador ordinário se ter preocupado (sem considerar que seja desmerecido) em estabelecer e atribuir ao consumidor a possibilidade de exercer o direito de arrependimento, uma prerrogativa que não é assistida em qualquer tipo contratual, e sim em contratos de consumo com particularidades especiais (celebrados sem a presença física e simultânea dos sujeitos ou concluídos em locais diferentes do estabelecimento habitual do fornecedor) sem que antes se tenha preocupado em consagrar a lei própria que regule os contratos em causa. Dito de outra maneira, é como se o legislador estabelecesse, por hipótese, o direito de os cônjuges poderem reunidos determinadas circunstâncias accionar o direito de divórcio sem que antes aprovasse uma lei de família capaz de dispor todas as regras para a celebração do casamento. Repare-se que o direito de divórcio, sendo um direito potestativo não se assiste a todas as relações jurídicas e somente as relações jurídico-familiares.

O que se coloca em causa é um verdadeiro vazio normativo ao nível do ordenamento jurídico pátrio, que facilmente se torna evidente através da realização de estudos comparativos com as legislações de outras realidades jurídicas, bem como à partir consultas as diferentes abordagens doutrinárias sobre o tema em questão.

Doravante a inexistência de legislação com conteúdo bastante, os contratos de igual natureza persistem a ser celebrados e com cada vez maior frequência. O que não se verifica, é o crescimento a mesmo nível de recursos pelo consumidor do direito de retractação pelo facto de não existirem normas reguladoras de relações de consumo em especial. Neste

sentido, justifica o reduzido número de casos práticos pelos quais o consumidor tenha se feito valer do benefício legalmente previsto.

Por assim ser, a opção do pesquisador cingiu-se em estudo baseado em consultas documentais e bibliográficas, sem, contudo, se descuidar de realizar um trabalho de campo, através de colheita de opiniões dos vários actores que intervêm nas relações de consumo com o objecto proposto, com o interesse de agregar ao estudo alguma componente empírica e garantir maior sustentáculo as conclusões e sugestões mais adiante deixadas.

1.2. Tipos de pesquisa

Para a realização do trabalho em causa foram recorridas as mais diversificadas classificações das pesquisas nomeadamente: quanto à abordagem, quanto aos objectivos, quanto à natureza e quanto aos procedimentos adoptados na colecta de dados.

1.2.1. Quanto à abordagem

Quanto ao método e a forma de abordar o problema a pesquisa classifica-se em qualitativa e quantitativa¹⁰. No que a abordagem diz respeito, o tipo de pesquisa escolhida para o desenvolvimento deste trabalho foi a **pesquisa qualitativa**¹¹.

A pesquisa qualitativa não se foca na representatividade numérica, mas sim no aprofundamento da compreensão de um grupo social, organização, etc. Pesquisadores que adoptam as abordagens qualitativas se opõem à ideia de um modelo único de pesquisa para todas as ciências, uma vez que as ciências sociais possuem suas próprias especificidades, o que requer uma metodologia distinta.¹²

¹⁰ RICHARDSON, et. al., *Pesquisa Social: Métodos e Técnicas*, 3ª Ed. Revista e Ampliada. Atlas, São Paulo, 2007, p. 44.

¹¹ Sobre o assunto, cfr. DA FONSECA, João José Saraiva, *Metodologia de Pesquisa Científica*, UEC, Apostila, Fortaleza, 2002, p. 20.

¹² GOLDENBERG, Mirian, *A Arte de Pesquisar*, Record, Rio de Janeiro, 1997, p. 34.

Apoiados na pesquisa qualitativa o pesquisador procura explicar ao longo do trabalho, que embora exista no ordenamento jurídico moçambicano diversos instrumentos legislativos que permitam ao consumidor exercer o direito de arrependimento dentro de determinados pressupostos inicialmente elencados nos próprios instrumentos, levanta-se um sério problema de base, que reside no facto de este direito ser aplicado em apenas determinados regimes contratuais, nomeadamente os contratos celebrados à distância e ou fora do estabelecimento comercial. Sucede que, embora sejam reiteradamente celebrados, a pesquisa sugere que não existe no ordenamento jurídico moçambicano um instrumento que de forma directa e aprofundada os consagra.

Ao longo do trabalho, procuramos ilustrar que apesar de se oferecer formalmente ao consumidor o direito de retracção dentro de certo prazo e sob determinadas condições, o mesmo não se pode dizer em relação a protecção material, sendo que os contratos de consumo celebrados sem a possibilidade do contacto físico com o objecto do negócio, ou ainda em que este contacto ocorra sem a planificação por parte do consumidor, são diariamente celebrados, porém com a deficiente ou inexistente consagração legal. Não se traduz na intenção do pesquisador, aferir o grau de conhecimento da existência deste direito por parte dos consumidores, nem tao pouco dos deveres que ao fornecedor incumbem e, muito menos ainda, compreender a quantidade de contratos celebrados à distância ou fora do estabelecimento bem como o nível de implementação do referido direito.

A pesquisa ocupa-se sim, em demonstrar, que o legislador avançou bastante, em consagrar a possibilidade do exercício do direito de retractação, em um tipo exclusivo de contratos de consumo, sem antes estabelecer o devido regime jurídico para a realização dos mesmos contratos.

Pesquisadores que utilizam métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, expressando o que deve ser feito, mas não quantificam valores e trocas simbólicas nem se submetem à prova dos factos. Isso ocorre porque os dados analisados são não-métricos (resultantes de interacções) e utilizam diferentes abordagens^{13/14}.

¹³ GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo, *Métodos de Pesquisa*, (orgs.), cit. p. 32.

¹⁴ MINAYO, Maria Cecília de Souza (org), *Pesquisa Social. Teoria, Método e Criatividade*, 18ª Ed., Petrópolis, 2002, p. 14, acrescenta que “Nesse sentido, a pesquisa qualitativa concentra sua atenção em elementos da realidade que não são passíveis de serem mensurados numericamente. Seu foco reside na compreensão e na explicação da dinâmica das interacções sociais.”.

1.2.2. Quanto à natureza

De acordo com esta classificação, a pesquisa subdivide-se em pesquisa básica¹⁵ e pesquisa aplicada¹⁶. A primeira tenciona gerar conhecimentos novos, uteis para o avanço da ciência, sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais, enquanto que a segunda, tem como pressuposto a produção de conhecimentos novos para aplicabilidade prática, destinados à solucionar problemas especificamente identificados. Consagra realidades e interesses locais¹⁷.

Quanto à natureza o trabalho seguiu a **pesquisa básica**, sendo que através da sua realização, permite despertar no legislador a necessidade de adopção de instrumentos normativos devidamente capazes de regular eficientemente as relações de consumo que ocorrem mediante o suporte de meios e técnicas de comunicação à distância, com o recurso aos dispositivos electrónicos que surgem graças aos avanços da ciência (telefone, computadores, etc.), bem como, os que nascem de forma sobretudo esporádica, sem o prévio desejo do consumidor, através de práticas de publicidade abusivas e que em muitos casos coloca-o em situação embaraçosa e com pouca possibilidade de reflectir antes de agir, por maneiras que o consagrado direito de retratação, arrependimento ou desistência possam ser exercidos sem, que tal exercício gere ambiguidades práticas em relação a sua aplicação, e nem colida com outros direitos contratual ou legalmente previstos.

Porém, o trabalho em causa, reflecte-se em um contributo para reflexão para a matéria do direito dos contratos no geral e dos contratos do consumo em específico, sobretudo, no que ao direito de arrependimento diz respeito e os moldes em que se encontram legalmente previstos. Com a sua realização, o autor não espera que directamente seja capaz de alterar o cenário já existente de forma imediatamente prática, uma vez que não se trata de um estudo encomendado por um órgão, uma pessoa, ou uma instituição específica com prerrogativas de alterar o quadro vigente.

¹⁵ MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.), *Pesquisa Social. Teoria, Método e Criatividade*, cit. p. 54, subscreeve que “a pesquisa científica pura, também chamada de teórica ou básica, permite articular conceitos e sistematizar a produção de uma verdadeira área de conhecimento. Visa, portanto, criar novas questões num processo de incorporação e superação daquilo que já se encontra produzido”.

¹⁶ Vide, FERRARI, Afonso Trujillo, *Metodologia de Pesquisa Científica*, cit. p. 171.

¹⁷ GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo, *Métodos de Pesquisa*, (orgs.), cit. pp. 34-34.

1.2.3. Quanto aos objectivos

Com base nos objectivos, é possível classificar a pesquisa em três grupos: pesquisa exploratória, pesquisa descritiva¹⁸ e pesquisa explicativa¹⁹.

O trabalho foi realizado com base em **pesquisa exploratória**, que tem como objectivo proporcionar maior interacção com o problema, de maneira a torna-lo mais claro ou construir uma hipótese. A grande maioria dessas pesquisas envolve: levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e avaliação de casos concretos que estimulem a compreensão. Essas pesquisas podem ser classificadas como bibliográficas e estudo de caso²⁰.

Para a formação da convicção e dar resposta ao problema suscitado, o primeiro passo consistiu em reunir todo o acervo bibliográfico nacional e estrangeiro que tratasse sobre os contratos no geral, dos contratos de consumo em particular, bem como os institutos dos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento, concluindo com as matérias relacionadas com o direito de arrependimento. Sendo que, a nível do ordenamento jurídico moçambicano, pouco ou quase nada se escreveu a respeito, o trabalho centrou-se em realizar o estudo comparado das realidades jurídicas de outros países por forma que as sugestões fossem ser realistas e capazes de resolver questão inicialmente levantada.

Sendo a legislação crucial para a compreensão da matéria, o trabalho analisou todo o conjunto de leis que informam o direito do consumo, dos contratos realizados à distância ou fora do estabelecimento, bem como as soluções que se assistem em caso de lesão aos interesses das partes contraentes.

Por forma a fortalecer a componente teorica, optou-se por entrevistar um grupo de consumidores que tenham alguma vez contratado através de meios de comunicação à distância, ou que tenham se visto surpreendidos em realizar um negócio sob determinada situação de pressão e que em seguida se mostrassem insatisfeitos com o mesmo.

¹⁸ Sobre pesquisa descritiva, cfr. TRIVIÑOS, Augusto Nibaldo Silva, *Introdução a Pesquisa em Ciências Sociais: a Pesquisa Qualitativa em Educação*, Atlas, São Paulo, 1987, p. 112.

¹⁹ Neste sentido, GIL, Carlos António, *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, cit. p. 43.

²⁰ GIL, Carlos António, *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, cit. p. 43.

Para se distanciar da parcialidade, o estudo colheu sensibilidades ainda dos fornecedores de serviços e dos vendedores de certos bens com o intuito de perceber o nível de cumprimento do preconizado na lei ou no acordo, e o grau de acolhimento das pretensões dos consumidores em exercer o direito de arrependimento nas condições em que a lei lhes oferece.

Como não podia deixar de ser, observou-se a configuração de lojas virtuais e plataformas de realização de contratos de consumo realizados com base em técnicas de comunicação à distância, tencionado verificar a consonância com a legislação existente, o oferecimento de informação mínima ao consumidor para garantir que os interesses das partes estejam salvaguardados e os meios a serem accionados para o exercício do direito de arrependimento nas situações de insatisfação.

1.2.4. Quanto aos procedimentos

A pesquisa possibilita uma aproximação e um entendimento da realidade a ser investigada, funcionando como um processo continuamente inacabado. Ela ocorre através de aproximações sucessivas da realidade, fornecendo subsídios para uma intervenção no real²¹.

Trata-se da classificação mais extensa, e nos termos dela, apontam-se a pesquisa experimental²², pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa de campo, pesquisa *ex-post-facto*²³, pesquisa de levantamento²⁴, pesquisa com *survey*²⁵, pesquisa participante²⁶, pesquisa acção, pesquisa etnográfica²⁷ e pesquisa etnometodológica²⁸.

Para o estudo em causa foram combinados três tipos de pesquisa a mencionar: **pesquisa bibliográfica**, que é feita através do levantamento de referenciais teóricas já estudadas, e divulgadas em textos escritos, disponibilizados em formato físico ou digital como

²¹ FONSECA, João José Saraiva da, *Metodologia de Pesquisa Científica*, cit. p. 31.

²² Cfr. TRIVIÑOS, Augusto Nibaldo Silva, *Introdução a Pesquisa em Ciências Sociais*, cit. p. 112; FONSECA, João José Saraiva da, *Metodologia de Pesquisa Científica*, cit. p. 32.

²³ FONSECA, João José Saraiva da, *Metodologia de Pesquisa Científica*, cit. p. 32.

²⁴ GIL, Carlos António, *Métodos de Pesquisa Social*, cit. p. 52.

²⁵ DOS SANTOS, António Raimundo, *Metodologia Científica: A Construção do Conhecimento*, DP&A, Rio de Janeiro, 1999, p. 59.

²⁶ FONSECA, João José Saraiva da, *Metodologia de Pesquisa Científica*, cit. p. 32.

²⁷ GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo, *Métodos de Pesquisa*, (orgs.), cit., p. 41.

²⁸ FONSECA, João José Saraiva da, *Metodologia de Pesquisa Científica*, cit. p. 36.

manuais, artigos de produção científica, páginas de internet, revistas, etc. Todo o trabalho de natureza científica tem início com uma pesquisa bibliográfica, capaz de garantir que o pesquisador busque informações suficientes sobre estudos anteriormente realizados sobre a mesma temática ou relacionada. Contudo, existem estudos científicos norteados exclusivamente na pesquisa bibliográfica, buscando sustento teórico já publicados com o objectivo de colher dados ou conhecimentos antecipados sobre questão em volta da qual se propõe responder²⁹.

Evidentemente que sobre temática similar, existem já vários estudos realizados e número considerável de teorias que sustentem a sua literatura. Pelas limitações geográficas e impossibilidade de o pesquisador deslocar-se presencialmente para todos os campos de pesquisa que se mostrem necessários em busca de informação útil, os sítios de internet constituíram um importante motor de busca e tornaram possível a estruturação do trabalho.

Embora que ao nível do contexto moçambicano se tenha encontrado muito pouca informação, alguns comentários de jurisconsultos nacionais espelhadas em jornais electrónicos também se revelaram preponderantes para obter conclusões e sobretudo para realização do estudo comparado com disposições de outras ordens jurídicas.

O trabalho obedeceu ainda, quanto aos procedimentos a **pesquisa documental**, que quase nunca se desassocia da pesquisa bibliográfica. Por virtude de escassez de fontes e material didáctico, não foi ignorado qualquer informação pesquisada sobre a temática, ainda que não tenham sido estudos profundos e publicados em plataformas de reconhecido mérito. Para a formação da convicção, o trabalho adoptou todas as fontes de busca alcançáveis e posteriormente se realizaram o devido juízo de valores, em torno do que se considerava relevante e o que não constituiria mais valia ao estudo.

A pesquisa documental, devido às suas características, pode ser confundida com a pesquisa bibliográfica. A principal diferença entre esses tipos de pesquisa está na natureza das fontes utilizadas. A pesquisa bibliográfica recorre principalmente às contribuições de vários autores sobre um determinado tema de estudo, enquanto a pesquisa documental se baseia

²⁹ Neste sentido, GIL, Carlos António, *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, cit. p. 44, sustenta que “Os exemplos mais emblemáticos desse método de pesquisa incluem investigações relacionadas a ideologias ou aquelas que buscam analisar as diferentes perspectivas sobre um determinado problema”.

em materiais que ainda não foram objecto de análise aprofundada ou finalizada, ou que podem ser redefinidos e enquadrados nos objectivos programados para a pesquisa³⁰.

A pesquisa documental utiliza materiais que ainda não passaram por uma análise aprofundada. Esse tipo de pesquisa tem como objectivo seleccionar, tratar e interpretar informações brutas, buscando extrair significado e adicionar valor a elas. Dessa forma, pode contribuir para a comunidade científica, permitindo que outros possam futuramente desempenhar o mesmo papel³¹.

De maneiras a trazer ao estudo uma abordagem não fundada necessariamente em pressupostos teóricos, optou-se por visitar algumas questões reais de actuação do fenómeno no campo real ou prático por intermédio de uma **pesquisa de campo**, combinada com as duas anteriores. Para o efeito, para alcançar o referido propósito foram realizadas entre entrevistas a certos actores em sede dos contratos do consumo, sobretudo aos que se realizam à distância e fora do estabelecimento, colhendo sensibilidades realísticas em torno dos desafios e constrangimentos para o exercício do direito de arrependimento nas modalidades em que a lei se encontra configurada.

1.3. População, amostra e processo de amostragem

1.3.1. População

Para efeitos de pesquisa, considera-se população o total resultante da soma de indivíduos que contém determinadas características para efeitos de certo estudo³².

No caso vertente, o estudo definiu um universo populacional de uma camada importante de interveniente das relações de consumo que tenham se celebrado com o recurso de meios de comunicação à distância, e ainda, as realizadas fora do estabelecimento comercial. Portanto, a população em estudo abrange todos os consumidores susceptíveis a celebração de contratos de consumo em especial, comerciantes, fornecedores de serviços de forma

³⁰ RAUPP, Fabiano Maury e BEUREN, Ilse Maria, *Metodologia da Pesquisa Aplicável as Ciências Sociais*, Pará, 2012, p.89.

³¹ SILVA, Marise Borda de e GRIGOLO, Tânia Maris, *Metodologia Para Iniciação Científica a Prática da Pesquisa e da Extensão II*, Caderno Pedagógico, UDESC, Florianópolis, 2002, p. 21.

³² RUDIO, Fraz Victor, *Introdução ao Projecto de Pesquisa Científica*, 30ª Ed., Vozes, Petrópolis, 2002, p. 61.

profissional ou ocasional, administradores de páginas de venda de bens ou oferecimento de serviços celebrados à distância e técnicos de serviços de mediação judicial com capacidades técnicas de aproximar as partes perante um conflito resultante das relações de consumo no ordenamento jurídico moçambicano, de modo a aferir que tipo de regras são adoptadas na celebração, vigência e conclusão destes contratos e como poderá o consumidor o aludido direito de arrependimento motivado pela insatisfação do negócio.

1.3.2. Amostra

Constitui na parte ou parcela seleccionada de forma conveniente de todo o universo (população); e um subconjunto do universo³³.

Baseada na tendência similar das respostas obtidas pelo grupo alvo seleccionado, o estudo considerou sensato colher uma parte representativa do universo populacional para que configure a amostra. Sendo assim, são demonstrados resultados encontrados a partir do contacto com apenas 25 consumidores, sendo 10 essencialmente de serviços financeiros e outros 15 de outros produtos e serviços normais de consumo, 12 comerciantes profissionais ou ocasionais que celebrem contratos fora de estabelecimento ou adoptando técnicas de comunicação à distância, 8 administradores de páginas de venda ou prestação de serviços electronicamente e 4 funcionários dos serviços de mediação judicial do Tribunal Judicial da Província de Manica, sendo o coordenador, chefe da secretaria e 2 funcionários com formação em mediação judicial.

1.3.3. Processo de amostragem

Não se baseando rigorosamente em dados aritméticos, percentuais ou estatísticos tal como se funda a amostragem probabilística, o tipo de amostragem encontrada no estudo se traduz na **amostragem não probabilística por acessibilidade ou conveniência**.

³³ LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade, *Fundamentos de Metodologia Científica*, 5ª Ed., Atlas, São Paulo, 2003, p.163; RUDIO, Fraz Victor, *Introdução ao Projecto de Pesquisa Científica*, cit. pp. 62-63.

Ela, não ilustra uma argumentação aritmética ou de estatística e prende-se, exclusivamente, nos pressupostos adoptados pelo pesquisador. Os procedimentos mostram-se com elevado grau crítico relativamente às conclusões obtidas, mas com vantagens são evidentes relativamente ao tempo despendido para a realização da pesquisa³⁴.

A amostragem por acessibilidade ou conveniência se configura no tipo de amostragem com o menor grau de rigor quando comparado aos demais, sobretudo quanto ao rigor estatístico. O pesquisador selecciona os elementos a que tem a seu dispor e assume que sejam susceptíveis de constituir um universo. Trata-se de uma tipologia de amostragem frequentemente adoptada em pesquisa exploratória ou qualitativa, na qual não se mostra exigível um acentuado grau de assertividade e precisão dos dados demonstrados³⁵.

1.4. Técnica de colecta de dados

Foram definidas como técnicas de colecta de dados a **pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a entrevista** como forma de analisar com maior profundidade o problema centralmente suscitado pela pesquisa.

A pesquisa bibliográfica é o levantamento ou revisão de obras publicadas sobre a teoria que irá direccionar o trabalho científico o que necessita uma dedicação, estudo e análise pelo pesquisador que irá executar o trabalho científico e tem como objectivo reunir e analisar textos publicados, para apoiar o trabalho científico³⁶. É desenvolvida com base em material ora produzido, constituído principalmente de livros e artigos de natureza científica³⁷. Por outra, é o registo disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses, etc. utilizam-se dados de categorias teóricas já elaboradas por outros

³⁴ MARAFON, Gláucio José, RAMIRES, Júlio Cesar de Lima, RIBEIRO, Manuel Ângelo, PESSÔA, Vera Lúcia Salazar (orgs.), *Pesquisa Qualitativa em Geografia: Reflexões Teórico-Conceituais e Aplicadas*, EDUERJ, Rio de Janeiro, 2013, p. 122.

³⁵ MARAFON, Gláucio José, RAMIRES, Júlio Cesar de Lima, RIBEIRO, Manuel Ângelo, PESSÔA, Vera Lúcia Salazar (orgs.), *Pesquisa Qualitativa em Geografia: Reflexões Teórico-Conceituais e Aplicadas*, cit. p. 122.

³⁶ SOUSA, Angelica Sival de, OLIVEIRA, Guilherme Saramado de e ALVES, Laís Hilário, *A Pesquisa Bibliográfica: Princípios e Fundamentos*, Cadernos da Fucamp, V. 20, n.º 43, 2021, p. 66.

³⁷ GIL, Carlos António, *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, cit. p. 44.

pesquisadores e devidamente registados. O pesquisador trabalha a partir de contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos³⁸.

Antes de prosseguir com a construção do texto, o passo inicial consistiu em reunir toda a informação necessária em manuais, artigos científicos e legislação que se ocupam sobre temas de direito dos contratos de consumo, acordos celebrados com recurso a meios de comunicação à distância e fora do estabelecimento, direito de arrependimentos e os pressupostos do seu exercício, bem como as obras e artigos científicos que lidam em sua abordagem questões relacionadas com a metodologia de pesquisa.

Tanto a pesquisa documental como a pesquisa bibliográfica têm o documento como objecto da investigação. No entanto, o conceito do documento ultrapassa a ideia de textos escritos ou impressos. O documento como fonte de pesquisa pode ser escrito ou não escrito, tais como filmes, vídeos, *slides*, fotografias ou pósteres. Esses documentos são utilizados como fontes de informações, indicações e esclarecimentos que trazem seu conteúdo para elucidar determinadas questões e servir de prova para outras, de acordo com o interesse do pesquisador³⁹.

Para além de editadas e publicadas em fontes credíveis, a formação do estudo foi possível ainda com o recurso a pesquisa as páginas de internet que se vocacionam venda de bens ou realizam a prestação de serviços mediante convenções ou acordos concretizados de forma virtual, e com o apoios aos diversos recursos de comunicação distante, nomeadamente, as plataformas ou aplicativos de oferta para contratação *online* como a OLX, a Mais Vendas, grupos de *whatsapp* e lojas no *facebook* com o propósito de compreender as formas em que o contrato se celebra, se existe o dever de indicação de todos os elementos no negócio, tal como manda a lei para que um proposta contratual seja suficientemente válida.

No terceiro capítulo, o objectivo do pesquisador passa pela obtenção de informações ou colecta dados que não seriam possíveis apenas através da pesquisa bibliográfica e documental. A entrevista é definida como um processo de interacção social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objectivo a obtenção de

³⁸ SEVERINO, António Joaquim, *Metodologia do Trabalho Científico*, Cortez, São Paulo, 2007, p. 122.

³⁹ SÁ-SILVA, Roine Jackan, ALMEIDA Cristóvão Domingos de e GUINDANI, Joel Filipe, *Pesquisa Documental: Pistas Teóricas e Metodologias*, Revista Brasileira de História & Ciências Sociais, Ano I, n.º 1, 2009, p. 5.

informações por parte do outro, o entrevistado⁴⁰. A entrevista como colecta de dados sobre um determinado tema científico é a técnica mais utilizada no processo de trabalho do campo. Através dela, os pesquisadores buscam obter informações, ou seja, colectar dados objectivos e subjectivos⁴¹.

O tipo de entrevista encontrado, foi a entrevista semi-estruturada por meio da combinação de perguntas abertas e fechadas, na qual ao entrevistado se oferece a possibilidade de responder e elaborar sobre o tema proposto. Foram definidas previamente um conjunto de questões relacionadas com o problema em análise, tendentes a serem aplicadas em uma conversa despidida de inúmeras formalidades. Para as questões respondidas com pouca clareza, esta técnica permite que seja feita perguntas adicionais para elucidar ou ajudar a compor o contexto da entrevista nos casos em que o entrevistado se desloca do alcance da pergunta ou mostre dificuldades em compreendê-la.

⁴⁰ HAGUETTE, Teresa Maria Frota, *Metodologia Qualitativa na Sociologia*, 5ª Ed., Vozes, Petrópolis, 1997, p. 86.

⁴¹ BONI, Valdete e QUARESMA, Silvia Juresma, *Aprendendo a Entrevistar: Como Fazer Entrevistas em Ciências Sociais*, Revista Electrónica dos Pós-graduados em Sociologias Política da UFSC, Vol. 2, n.º, Janeiro, 2005, p. 72.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1.CONTRATO

2.1.2. Origem Etimológica e evolução histórica

A origem etimológica do vocábulo contrato conduz ao vínculo jurídico das vontades com vistas a um objecto específico. O verbo *contrahere* conduz a *contractus*, que faz o sentido de ajuste, convenção ou pacto, sendo um acordo de vontades criador de direitos e obrigações. Trata-se do acordo entre duas ou mais pessoas para um fim qualquer. Consiste no trato em que duas ou mais pessoas assumem certos compromissos ou obrigações, ou asseguram entre si algum direito⁴².

Justificam-se breves considerações sobre a evolução histórica que conduziu a moderna compreensão dogmática e normativa do contrato. Os juristas da época clássica do direito romano, ao invés de conceberem este instituto como uma categoria geral e unitária, limitaram-se a reconhecer algumas espécies contratuais concretas, dotadas de regimes autónomos, em que a correspondente obrigação surgia não por efeito do elemento subjectivo (*pactum, conventio*), mas como consequência do elemento objectivo, analisado na observância de formalidades ou entrega da coisa. O termo *contractus*, derivado de *negotium contrahere*, designava precisamente o vínculo jurídico que se estabelecia entre as partes. O simples pacto não era tutelado por uma *actio* e apenas recebia protecção indirecta através de uma *exceptio*⁴³.

Tal sistema sofreria ulteriores atenuações. A noção de *contractus*, quer dizer *contrahere obligationem*, embora tivesse no direito clássico limites muito reduzidos, apresentava virtualidades para absorver todos os negócios convencionais que produzem obrigações. Passo importante significou a afirmação de que qualquer contrato encerra uma *conventio*. Daí resulta, porém, que *contractus*, e *conventio* se hajam identificado⁴⁴.

Aliás, no sistema justiniano, a valorização do elemento subjectivo verificava-se no respeito das várias espécies contratuais ou categorias em que as mesmas se agrupam, faltando uma construção unitária do *consensus* que servisse de suporte a uma figura

⁴² LARROUSE, *Grande Enciclopédia Larrouse Cultura*, Nova Cultura, Vol. 7, 2004, p. 1588.

⁴³ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 12ª ed., Livraria Almedina, Coimbra, 2014, p. 215.

⁴⁴ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2014, cit., p. 215.

complexiva do contrato. Esta característica persistiu quando os juristas bizantinos chegaram a ideia de contrato como acordo ou convenção. A sua essência residia no consenso, mas este apenas em certos casos se mostrava suficiente para a perfeição do mesmo⁴⁵.

As diversas figuras contratuais, eram, na verdade, susceptíveis de agrupamento e categorias. Para o efeito, tomou-se por base a divisão clássica dos modos de contrair (*contrahere*) obrigações (*re, verbis, litteris, consensu*). Quer dizer, a sistematização da época clássica dos modos de contrair obrigações transformou-se, na época pós-clássica, em critério de distinção dos contratos. Surgiram assim contratos que se celebravam através, da entrega da coisa (reais), por forma oral solene (verbais), mediante documento (litterais) ou pela simples manifestação de vontade (consensuais)⁴⁶.

Portanto, ao longo da sua evolução, o direito romano manteve o princípio da tipicidade dos contratos. Além disso, somente conheceu os contratos obrigacionais, ou seja, geradores de obrigações. Estava-se ainda distante do conceito moderno do contrato. Havia que percorrer árduo caminho, nem sempre linear, de gradual afirmação dos vectores que definem o instituto nos nossos dias⁴⁷.

Não pode esquecer-se a degenerescência do referido sistema dentro do quadro dos chamados direitos romano-vulgares. Deu-se sobretudo, o encontro do direito romano com o direito germânico na prática contratual consuetudinária da alta Idade Média, verificando-se a predominância e assimilação do primeiro pelo que respeita a formação dos novos princípios e tipos contratuais ou a modificação dos anteriores. Em relação ao elemento voluntário ou consensual, parece poder concluir-se que ele não teve, nesse período um alcance maior do que no sistema romano. Facto de relevo constituiu a afirmação pela prática medieval do princípio da eficácia, já não meramente obrigacional, mas também real de certos contratos⁴⁸.

Seguiu-se o ciclo do direito comum, que decorre do século XII ao século XVII. Após um trabalho caracterizadamente exegético dos glosadores, vieram os comentadores, com a utilização do método escolástico, revitalizar o direito romano e adapta-lo as exigências da época. A base de estudo eram as colectâneas justinianeias, embora o sistema construído não raro transfigurasse os conceitos e princípios romanos, até pelo diverso enfoque metodológico.

⁴⁵ Ver nota anterior.

⁴⁶ Neste sentido, COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, cit., p. 215

⁴⁷ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2014, cit., p. 215.

⁴⁸ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2014, cit., p. 217.

Surgiria, depois, o humanismo jurídico quinhentista, portador de tendências filosófico-críticas e do postulado da liberdade do intérprete na função hermenêutica⁴⁹.

Existe divergências entre os autores quanto ao alcance das diferenças de conteúdo ou puramente formais que se teriam verificado na teoria dos contratos. De qualquer modo, sob pano de fundo romanístico que está presente no direito intermédio, actuaram alguns factores determinantes da evolução do instituto. Um deles foi a doutrina canonista, que, por motivações ético-religiosas, sustentou a relevância dos *nuda pacta*. Em sentido paralelo, a prática e a jurisprudência comercialista, apoiando-se na *aquietas mercatória*, tendiam a afirmação dos princípios da consensualidade. Durante os séculos XVII e XVIII, acrescentou-se o impulso decisivo na Escola do Direito Natural. Esta, com a desvinculação racionalista dos precedentes históricos e a concepção voluntarista do direito, constituiu sem dúvida o fulcro de uma nova teoria do contratualismo, que fez a sua entrada definitiva na doutrina e nos grandes monumentos legislativos oitocentistas⁵⁰.

O Código Civil francês define o contrato como uma convenção de que nascem obrigações (art.º 1101). É a doutrina dos contratos de ascendência romana. Logo, a referida corrente, a convenção constitui o género de que o contrato representa a espécie. Quando o acordo de vontade se dirige a criação de obrigações, existe um contrato, posto que possa também envolver a transferência da propriedade. Mas se esse acordo recai sobre a modificação ou extinção das relações obrigacionais, ou sobre relações jurídicas de natureza diversa, nomeadamente reais, familiares ou sucessórias, trata-se de uma convenção⁵¹.

Outro sector da doutrina moderna sustenta posição oposta: considera contrato todo o acordo de duas ou mais partes que tenda a produção dos efeitos jurídicos, qualquer que seja a matéria. Esta concepção ampla inspirou o antigo Código Civil italiano (art.º 1098). Entre as posições indicadas, situa-se a orientação intermédia consagrada no Código Civil italiano vigente (art.º 1321), para a qual o contrato se reporta as relações patrimoniais, quer dizer, aos domínios dos direitos de crédito e do direito das coisas, tanto do ponto de vista da sua criação

⁴⁹ Cfr. COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2014, cit., p. 215.

⁵⁰ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2014, cit., pp. 217-218.

⁵¹ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2014, cit., p. 217.

como da sua modificação ou extinção. Excluem-se, por conseguinte as relações extrapatrimoniais⁵².

2.2. Noção de Contrato (Generalidades)

Contrato se configura em um acordo de vontade entre duas ou mais pessoas com a finalidade de adquirir, resguardar, modificar, transferir ou extinguir direitos. Na concepção moderna, o contrato será um negócio jurídico que gera obrigações para ambas partes, que convencionam reciprocamente em dar, fazer, ou não fazer alguma coisa, verificando-se deste modo a constituição, modificação ou extinção de um vínculo patrimonial.

A orientação do Código napoleónico teve eco nos autores portugueses do período que precedeu o Código Civil de 1867. Este, porém, definiu o contrato como “o acordo celebrado por que duas ou mais pessoas perante o qual transferem entre si algum direito, ou se sujeitam a alguma obrigação” (art.º 641 do CC). Adoptou-se, conseqüentemente, uma solução com maior amplitude do que a do direito francês. E, na verdade, da referida noção concluiu a doutrina que o nosso direito não considerou o contrato apenas como fonte de obrigações⁵³.

Para MARIA HELENA DINIZ, “contrato é o acordo de duas ou mais vontades, em conformidade com a ordem pública, destinado a estabelecer uma regulamentação de interesses entre as partes, com o escopo de adquirir, modificar ou extinguir relações jurídicas de natureza patrimonial⁵⁴.

Nos ensinamentos de ORLANDO GOMES “contrato é, assim, o negócio jurídico bilateral, ou plurilateral, que sujeita as partes a observância de conduta idónea a satisfação dos interesses que regulam⁵⁵.

⁵² Neste sentido, COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, cit., 2014, pp. 218-219, entende que, “deve entender-se, alias, que o art.º 1321 do Cód. Civ. Italiano apenas contempla as relações patrimoniais entre vivos. É que o direito transalpino não admite contrato hereditário, porquanto ignora as doações *mortis causa* e proíbe o pacto sucessório (art.º 458).

⁵³ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2014, cit., p. 218.

⁵⁴ DINIZ, Maria Helena, *Curso de Direito Civil Brasileiro*, Vol. 3, Saraiva, São Paulo, 2008, p. 30.

⁵⁵ GOMES, Orlando, *Contratos*, Forense, Rio de Janeiro, 2007, p. 10.

Os contratos constituem a principal fonte das relações obrigacionais, não só pela sua frequência, mas também porque direitos e obrigações deles resultantes, são de modo geral de maior relevo na vida social de todos os dias.⁵⁶

Assim, o contrato consistiria num acordo susceptível de vincular os outorgantes, baseado sobre duas ou mais manifestações de vontade para contratar (proposta ou oferta, como a primeira e a aceitação como a segunda) contrapropostas sincronizadas entre si, com vista a estabelecer uma regulamentação unitária de interesses⁵⁷.

O Código Civil vigente dispensou-se de fornecer um conceito expreso de contrato. Adere, todavia, a orientação mais ampla, pois é a ilação que se impõe derivar não só da admissibilidade da constituição de obrigações de conteúdo não patrimonial (art.º 398, n.º 2 CC), deste modo, aceitando-se a compreensão mais lata de contrato, e o seu conteúdo coincide com o de negócio jurídico bilateral⁵⁸. A nossa lei também não explicita a definição de negócio jurídico, mais MANUEL DE ANDRADE definiu “que é o facto voluntário lícito, assente em uma ou mais manifestações de vontade dos sujeitos dirigidas a produzir determinados efeitos empíricos ou práticos maioritariamente de cariz económico (patrimonial), com o propósito de os mesmos seja objecto de tutela jurídica, ou seja, estejam dotados de coercibilidade na ordem jurídica e a que a lei atribui efeitos correspondentes, determinados, em grande medida, conformada no desejo expressado pelo declarante ou declarantes”⁵⁹.

Os negócios jurídicos costumam ser distinguidos em unilaterais, que são os que possuem apenas uma parte, e os contratos, que são os que possuem duas ou mais partes. Normalmente o contrato possui apenas duas partes, por isso é designado de negócio jurídico bilateral. Pode, porém, o contrato ter cariz multilateral quando tem mais do que duas partes, como sucede com o contrato de sociedade (art.º 980 CC)⁶⁰.

⁵⁶ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 8ª Ed. Revista e Aumentada, Livraria Almedina, Coimbra, 2000, p. 181.

⁵⁷ Neste sentido cfr. LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, Livraria Almedina, 8ª Ed., Vol. I, Coimbra, 1980, p. 189.

⁵⁸ Recordemos que o Código Civil estabelece uma Teoria Geral dos Contratos (arts.º 405 a 456), contendo normas que em princípio, disciplina todos os negócios contratuais, tanto os previstos pelo legislador, como outros celebrados pelas partes dentro dos limites da lei. Encontram-se assim regulados as particularidades dos contratos relativamente ao regime dos negócios jurídicos em geral (arts.º 217 a 294), cujos preceitos lhes são, antes de mais aplicáveis.

⁵⁹ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit. p. 197.

⁶⁰ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações: Introdução a Constituição das Obrigações*, 7ª Ed., Vol. I, Almedina, Coimbra, 2008, p. 189.

Na definição tradicional, entende-se por parte, não uma pessoa, mas antes o titular de um interesse, o que poderia implicar que duas ou mais pessoas constituíssem uma única parte, quando tivessem interesses comuns. Daí a exigência de uma contraposição de interesses, na autoria das declarações negociais, contraposição essa que seria resolvida através precisamente da estipulação contratual. Falar-se-ia, por isso, em que o contrato consistiria num “acordo susceptível de vincular os outorgantes, baseado sobre duas ou mais manifestações de vontade para contratar (proposta ou oferta, como a primeira e a aceitação como a segunda) contrapropostas sincronizadas entre si, com vista a estabelecer uma regulamentação unitária de interesses” ou que nele existe “a manifestação de duas ou mais vontades, de substância diversa, protelando diferentes interesses e fins contrários, mas que se ajustam reciprocamente para a produção de um efeito comum”⁶¹. Mas a referência aos interesses tem sido criticada, não apenas por fazer apelo a realidade extra-jurídica, mas também porque os vários intervenientes num negócio unilateral podem ter interesses diversos, sem prejuízo da sua posição comum⁶².

Recentemente, MENEZES CORDEIRO veio propor para a distinção entre negócios unilaterais e contratos um critério baseado nos efeitos que venham a ser desencadeados, referindo que “nos negócios unilaterais os efeitos não diferenciam as pessoas que eventualmente neles tenham intervindo, pelo que tende neles a haver uma única pessoa, uma única declaração ou um único interesse”. Pelo contrário, nos contratos “os efeitos diferenciam duas ou mais pessoas, isto é: fazem surgir, a cargo de cada interveniente, regras próprias que devem ser cumpridas e possam ser violadas independentemente uma das outras; em moldes formais, há mais que uma parte; e em consequência, tendem a surgir várias declarações, várias pessoas e vários interesses”⁶³.

Não nos parece, porém, que seja um critério relativo aos efeitos que permite distinguir os negócios jurídicos unilaterais dos contratos, mas antes a necessidade de apenas uma declaração negocial ou de duas. Assim, a doação é um contrato, porque exige duas declarações negociais para a sua efectivação (art.º 940 do CC).

No entanto, a doação pura feita a incapaz é um negócio unilateral, uma vez que produz efeitos, mesmo em relação a este, independentemente da sua aceitação (art.º 952, n.º 2 do CC). Mas independentemente de ser constituída como contrato ou negócio unilateral, os efeitos da doação são sempre os mesmos em relação ao doador e ao donatário (art.º 954 CC). Para além disso, se os negócios unilaterais vêm a produzir

⁶¹ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit. pp. 220-221.

⁶² Cfr. CORDEIRO, António Meneses, *Tratado de Direito Civil I*, 4ª Ed., Almedina, Coimbra, 2012, p. 35 e ss.

⁶³ CORDEIRO, António Meneses, *Tratado de Direito Civil I*, cit. p. 460.

efeitos a quem não é parte no negócio, nos contratos tal também pode acontecer como sucede no contrato a favor de terceiros (arts.º 443 e 444, n.º 1 do CC)”⁶⁴.

Não são, por isso, os efeitos do negócio que permitem distinguir os contratos dos negócios unilaterais, mas antes o modo de formação. No negócio unilateral, há apenas uma única declaração negocial, da qual resultam todos os efeitos jurídicos estipulados, independentemente de ter um único autor ou vários. No contrato, a emissão de apenas uma das declarações negociais não se apresenta como suficiente para a produção dos efeitos jurídicos estipulados, uma vez que a lei os faz depender da emissão de uma segunda negocial contraposta, integralmente concordante com a primeira (art.º 232 do CC). O contrato assume-se assim, como resultado de duas ou mais declarações negociais concordantes entre si, de onde resulta uma unitária estipulação de efeitos jurídicos. Consequentemente, os contratos pressupõem sempre uma proposta e a sua aceitação, das quais deve resultar mútuo consenso sobre todas as cláusulas sobre as quais uma das partes julgue necessário o acordo⁶⁵.

2.3. Princípios fundamentais do regime dos contratos

A exegese do direito dos contratos permite destacar alguns parâmetros que definem as suas coordenadas básicas. Reduzem-se, essencialmente a quatro grandes princípios: o da liberdade contratual, o do consensualíssimo, o da boa fé e o da força vinculativa. Crê-se que uma exposição da matéria aglutinada no estudo dos referidos princípios facilita a compreensão unitária do instituto. E na verdade, partindo-se deles, torna-se possível expor os aspectos relevantes da disciplina geral dos contratos. Vamos abaixo considera-los sucessivamente⁶⁶.

2.3.2. Princípio da liberdade contratual

Uma das características que assinalamos ao direito das obrigações foi a da autonomia privada, autonomia da vontade ou da liberdade negocial, que traduz a amplitude deixada aos particulares para disciplinarem os seus interesses. Esta faculdade de auto-

⁶⁴ Neste sentido LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit. p. 190.

⁶⁵ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit. p. 190.

⁶⁶ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., p. 228.

regulamentação exprime-se, aqui, no princípio da liberdade contratual ou da liberdade contratar. O Código Civil afirma-o com toda a nitidez no pórtico das normas que dedica aos contratos: “Dentro dos limites da lei, as partes têm a faculdade de fixar livremente o conteúdo dos contratos, celebrar contratos diferentes aos previstos neste código ou incluir nestes as cláusulas que lhes aprouver”⁶⁷.

A regra consiste, pois, em os particulares, na área dos contratos, poderem agir de forma própria e autónoma expressando no acordo as suas mais genuínas vontades. Os limites que a lei imponha constituem excepção.

Do referido princípio derivam várias consequências: os contratantes têm total liberdade para decidir se querem ou não contratar e para definir o conteúdo das relações contratuais que estabelecem, desde que não haja uma lei imperativa, ordem pública ou bons costumes que os impeçam (art.º 405 do Código Civil); a declaração de vontade das partes geralmente não exige formalidades especiais (art.º 219 do Código Civil) e pode ser expressa ou tácita (art.º 217 do Código Civil). Além disso, o princípio da autonomia de vontade é especialmente importante para a interpretação e integração dos contratos (arts.º 236 a 239 do Código Civil) e para a aplicação da lei no tempo (art.º 12, n.º 2 do Código Civil)⁶⁸.

Em todo caso, é importante explicitar o pensamento legislativo, que em seu âmbito mais amplo, abrange três aspectos analíticos:

- **Liberdade de celebração** – significa que cabe à iniciativa privada a decisão de realizar ou não o contrato;
- **Liberdade de selecção do tipo contratual** – implica que os particulares têm a liberdade de escolher o contrato, seja ele tipificado na lei ou de outro tipo;
- **Liberdade de estipulação** – refere-se à faculdade dos contratantes de modelar, de acordo com seus interesses, o conteúdo concreto do tipo de negócio escolhido. ⁶⁹.

⁶⁷ O Código Civil brasileiro estabelece, no seu art.º 421 a “A liberdade de contratar será exercida considerando e respeitando a função social do contrato, dentro dos seus devidos limites”.

⁶⁸ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., pp. 229-230.

⁶⁹ “Estas duas últimas fundem-se, afinal, no que pode designar-se por liberdade de fixação do conteúdo, com o alcance de que as partes são livres na configuração interna dos contratos que realizam.” Neste sentido, cfr. COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., p. 230.

2.3.2.1. Liberdade de celebração dos contratos

Consideramos antes de mais, o aspecto da liberdade de celebração ou conclusão dos contratos. Ele reveste um duplo sentido: em princípio, a pessoa alguma podem ser impostos contratos contra a sua vontade, ou aplicadas sanções como consequência de uma recusa de contratar; do mesmo modo que ninguém pode ser impedido de contratar ou sancionado, caso venha a contratar. A regra sofre, contudo, algumas relevantes excepções, que resultam, ou de autolimitação das partes, ou de heterolimitação legal.

Entende-se, hoje em dia, a chamada ordem pública contratual, não só como “proibitiva”, quer dizer, obstáculo a produção de certos resultados jurídicos (o único sentido tradicional que assumia) mas também, e porventura com grande predominância sobre o âmbito “dispositivo”, ou seja, modelando o conteúdo e impondo os efeitos de determinados contratos. Isso, verifica-se sobretudo, em contratos respeitantes a específicos domínios da vida colectiva, designadamente o da ordem pública social ou das relações laborais e da ordem pública de protecção dos consumidores. Apresenta-se assim, a ordem pública contratual dispositiva como uma vertente ou traço característico da denominada ordem pública económica e social, que distingue de outros aspectos englobados no conceito genérico de ordem pública, a saber, a ordem pública política e a ordem pública moral⁷⁰.

Passamos a verifica-las nas linhas seguintes:

Situações há, na verdade, caracterizadas pela obrigação ou dever jurídico de contratar. Uma vez, trata-se de uma obrigação voluntariamente assumida neste sentido, como a que resulta do contrato-promessa⁷¹. São as próprias partes que limitam a sua autonomia contratual.

Todavia, existem hipóteses em que o dever jurídico de contratar deriva directamente de um dispositivo especial da lei. É o que sucede com as empresas concessionárias de serviços públicos, a respeito dos utentes que satisfaçam as exigências legais – entidades concessionárias de transportes, comunicações, fornecimento de água, gás, electricidade, etc.; ou sempre que a recusa de contratar se mostre contrária aos deveres

⁷⁰ Neste sentido, cfr. COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., p. 231.

⁷¹ O contrato-promessa encontra-se regulado nos arts.º 410 a 413, 441, 4412, 775, n.º 1 al. f) e 830 do CC, compreendido simplificada e como o acordo segundo o qual as partes, promitentes convencionam por escrito a celebração de um contrato futuro e com algumas regras já pré-estabelecidas, sujeitando-se ao dever de celebrar um contrato definitivo e a assumir os danos advenientes do seu incumprimento.

funcionais ou de estado e não ocorra ponderosa razão justificativa dessa recusa⁷²; quanto ao acesso e fornecimento de bens de serviços postos a disposição do público, incluindo habitação, do sector público ou privado – tratando-se de prática discriminatória, directa ou indirectamente, por pessoa singular ou colectiva, baseada em motivos raciais, de nacionalidade ou de sexo; também noutros casos, como as vezes, a constituição do seguro de responsabilidade civil, quando não se trate de simples ónus jurídico, e os contratos impostos ou ditados, a que a autoridade pública pode recorrer devido a razões de conjuntura ou mesmo para além destas (venda forçada de bens de consumo, arrendamento forçado, etc., inclusive com a cominação de sanções penais ou de mera-ordenação-social⁷³.

A questão põe-se ainda relativamente a situações diversas. Pensemos em hipóteses típicas. Não existirá a obrigação de contratar, quanto aos estabelecimentos que fornecem bens destinados a satisfação das necessidades essenciais do público? Será lícito, ao proprietário de um hotel, ou de uma casa de espectáculos, de certa localidade recusar a entrada a qualquer pessoa que não lhe agrade, por exemplo em razão da sua profissão, credo político ou religioso?

Registam-se apreciáveis divergências⁷⁴. A restrição da liberdade contratual, a respeito de tais hipóteses, tem sido sustentada, ora com base na situação de monopólio de facto, que importaria, por consideração de razoabilidade, a obrigação de contratar, ora acentuando-se o carácter vital dos bens ou serviços, ora mediante a aplicação dos princípios do abuso do direito⁷⁵.

E, com efeito, afigura-se que, independentemente dos casos expressos na lei, o dever de contratar existe pelo menos quando se trate de uma situação de monopólio de direito ou de facto e de bens ou serviços de importância vital para os particulares. A determinação destas, terá de fazer-se de acordo com as concepções dominantes e actuais. Assim, também, o teatro, o cinema, as hospedarias podem ser de importância vital aos particulares, como meios de distracção, de cultura ou de habitação ou alimentação.

Na verdade, pode verificar-se que, sob uma aparente recusa de contratar, exista realmente um incumprimento do contrato. Assim sucede quando se esta em causa uma

⁷² Por exemplo os médicos, salvo motivo de força maior, havendo extrema urgência ou indisponibilidade, e os advogados e solicitadores, mormente se de nomeação oficiosa.

⁷³ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., pp. 232-234.

⁷⁴ Cfr. A exposição de CHAVES, António, *Responsabilidade Pré-Contratual*, 2ª Ed., revista e actualizada, Rio de Janeiro, 1959, , São Paulo, 1997, n.º 1 e ss., p. 15 e ss.

⁷⁵ Sobre a questão *vide infra* 4.4.

daquelas actividades que representam uma proposta constante do contrato, aberta, em princípio, a qualquer pessoa. Por exemplo, num supermercado, existe uma oferta que só faltava a aceitação. E esta pode ser mesmo tácita, como, no caso do restaurante, o cliente que se senta a mesa e encomenda a refeição. Em tais situações, a recusa de servir o cliente analisa-se, portanto, no incumprimento de um contrato já celebrado e não, propriamente, em recusa de contratar. É admissível, contudo, a limitação do âmbito da oferta ao público (ex.: um restaurante ao serviço exclusivo dos alunos de determinada escola, ou dos empregados de certa fábrica, que se afigura válida, desde que o critério não seja ilícito, ou contrário a moral ou aos bons costumes (...)⁷⁶.

O critério será sempre o de a conduta, dadas as circunstâncias do caso concreto, se apresentar intoleravelmente ofensiva do sentido ético-jurídico. Deste modo, pode até conceber-se situações em que basta que se esteja diante de bens ou serviços de importância vital, mesmo não se verificando uma situação monopolista. Conclui-se, pois, que a recusa de contratar, em determinadas hipóteses, é susceptível de configurar-se como abuso do direito⁷⁷.

a) Constitui uma outra limitação a regra de que ninguém pode ser constrangido a celebrar contratos, ou a realizar um contrato com pessoa determinada, a renovação, ou a transmissão para terceiro, da posição contratual da contraparte, que, em certos casos, se impõe a um dos contraentes.

Apontam-se, a título exemplificativo, as situações de renovação do arrendamento por simples vontade do inquilino e as de transmissão da posição do arrendatário, sem a necessidade de autorização do senhorio. Quer dizer, muito embora exista liberdade inicial quanto a celebração do arrendamento, vincula-se, depois, uma das partes, a renovação do contrato ou a transmissão da posição contratual a outra⁷⁸.

b) Até aqui, consideramos restrições ao princípio da liberdade de celebração dirigidas contra a passividade das partes, isto é, impondo-lhes, em casos excepcionais, a realização ou renovação de contratos. No entanto, as limitações da lei à referida regra podem, igualmente, ter o sentido de criar obstáculos às iniciativas contratuais, ou impedindo-lhes de todo ou apenas dificultando-as.

A primeira ordem de situações concerne a proibição de alguns contratos com determinadas pessoas ou em certos locais, vejamos: a venda ou cessão de coisas ou

⁷⁶ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, cit., p. 235.

⁷⁷ MENDES, João Castro, *Direito Civil*, Vol. III, AAFDL n.º 206-A, 1968, p. 152 e ss., expõe que “

⁷⁸ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., p. 238.

direitos litigiosos (arts.º 876 e 579 do CC), a doação à favor dos que se encontrem na situação de indisponibilidade relativa (arts.º 952 e 2192 a 2198 do CC), o contrato de trabalho com pessoa que não tenha título profissional, sempre que se trate de actividades legalmente condicionadas a sua posse, e o contrato de trabalho com mulheres ou menores, quando lhes seja prejudicial (...) ⁷⁹.

2.3.2.2. Liberdade de fixação do conteúdo dos contratos

Também existe, por via de regra, a liberdade de modelação do conteúdo contratual. Este outro segmento do princípio da liberdade de contratar significa que pertence aos contraentes, não só a selecção do tipo do negócio melhor adequado à satisfação dos seus interesses, mas ainda preenchê-lo com conteúdo concreto que bem entendam. É-lhes possível a escolha de um dos contratos directamente previstos pelo legislador, incluindo ou suprimindo as cláusulas que queiram, ou, consoante se declara, a celebração dos contratos diferentes desses, ou ainda, a reunião no mesmo contrato, de “regras de dois ou mais negócios, total ou parcialmente regulados na lei” (art.º 405 do CC) ⁸⁰.

Com base na sua disciplina e interpretação, os contratos classificam-se em: típicos ou nominados, os que a lei prevê e regula, de modo expresse, através de normas comumente supletivas, que, enquanto tais, valem no silêncio das partes (arts.º 874 a 1250 do CC); atípicos e inominados, os que as partes criam fora dos moldes daqueles ⁸¹; e mistos, quando se reúnam num único contrato as características de dois ou mais contratos tipificados ⁸².

Verifica-se, portanto, que, no âmbito do direito das obrigações, vigoram os princípios do “*numerus clausus*” e da tipicidade. São estes que orientam os direitos reais, o direito da família e o direito sucessório.

Mas a referida regra da livre conformação dos contratos conhece restrições. Pode mesmo dizer-se que estas têm vindo a aumentar, em consequência da fisionomia do direito contratual contemporâneo. A liberdade de fixação do conteúdo dos contratos move-se “dentro dos limites da lei” (art.º 405, º 1 do CC), limites estes que visam a tutela dos interesses das partes – nomeadamente a correcção e justiça substancial das relações –, ao lado de valores

⁷⁹ Neste sentido, COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., p. 239.

⁸⁰ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., p. 240.

⁸¹ Cfr. JORGE, Fernando Pessoa, *Lições de Direito das Obrigações*, Edição da Associação Académica, Vol. I, Lisboa, 1966-67, p. 75.

⁸² COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., pp. 240-241.

colectivos – como sejam a salvaguarda de princípios de ordem pública e da facilidade e segurança do comércio jurídico. Postula-se modernamente uma concepção dominada por imperativos éticos e sociais. Sobressai o princípio intervencionista, em particular nos contratos em que vão participando o chamado direito social, de que representam exemplos expressivos nas relações de trabalho e as de arrendamento rural e urbano, assim como na esfera da defesa do consumidor.

Antes de mais, os requisitos a que se subordina o objecto negocial (arts.º 280 a 284 do CC), são muitas, além disso, as normas que, em vários ramos de direito, vedam a celebração de contratos com determinado conteúdo (ex.: arts.º 946, n.º 1, 1245 e 2028, n.º 2 do CC). Como numerosos se apresentam os preceitos imperativos aplicáveis à generalidade de contratos ou tão-só a alguma ou algumas espécies, que definem restrições à liberdade de fixação do respectivo conteúdo, tendo o frequente escopo de assegurar o conteúdo negociatório dos intervenientes, mas que podem ainda, ser determinados, no todo ou em parte, por outras razões, mormente de política económica (ex.: arts.º 1029, 1025 e 1146 do CC)⁸³

2.4. Modalidades de contratos

2.4.1. Classificação dos contratos quanto à forma

No âmbito do Direito Romano vigorava um princípio de tipicidade constitutiva, nos termos do qual a constituição das obrigações *ex contractu* dependia sempre da verificação de determinadas situações típicas, sem as quais o contrato não se constituía⁸⁴.

Essas situações reconduziam-se a quatro categorias: *re verbis*, *litteris*, *consensu*, que representavam processos de formação dos contratos:

- A formação dos contratos *re* consistia na situação de se exigir a tradição da coisa para que o contrato se constituísse. Neste âmbito incluíam-se os contratos como o *pignus*, *comodatum*, *mutuum* e *depositum*;
- A formação do contrato *verbis* caracterizava-se por se exigir a pronúncia de certas palavras rituais, necessárias a constituição do contrato. O exemplo típico era a *stipulatio*;

⁸³ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2000, cit., p. 242.

⁸⁴ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit. p. 191.

- A formação do contrato *litteris* caracterizava-se por se exigir a outorga de um documento escrito, para a constituição do contrato. O exemplo típico era a *expensilatio*;
- Finalmente, a formação do contrato *consensu* dispensava formalismos exteriores, exigindo apenas um simples acordo (*nudo consensu*) das partes. Nesta situação, estariam contratos como a *emptio et venditio*, a *societas* e o *mandatum*⁸⁵.

Conforme se pode verificar, a excepção da última categoria, a constituição do contrato depende, no Direito Romano, da adopção de formalismos complexos, o qual não se reconduziam a simples formas de expressão da vontade negocial, mas antes se apresentavam como o próprio fundamento jurídico do contrato. Por influência da doutrina canonista, que defendeu o carácter vinculativo de qualquer compromisso independentemente da sua forma, a evolução posterior foi, porém, no sentido de dispensar progressivamente estes formalismos, assentando-se na ideia de que, salvo nos casos excepcionais, o simples consenso das partes deve ser operativo em relação a constituição do contrato⁸⁶.

O princípio do consensualismo, consagrado no artigo 219 do Código Civil, estabelece que a validade das declarações negociais não depende da observância de forma especial, excepto quando a lei o exigir. Em outras palavras, o contrato pode ser celebrado sem a necessidade de formalidades específicas, e as partes podem expressar suas declarações de qualquer maneira. No entanto, existem excepções a esse princípio. Algumas disposições legais exigem a adopção de uma forma especial para a declaração negocial, sob pena de nulidade (conforme previsto no artigo 220 do Código Civil). Portanto, a aplicação analógica dessas regras é proibida.⁸⁷

A exigência, em certos casos, de uma forma especial para a validade da declaração negocial leva a que se deva distinguir entre os contratos formais e não formais. São formais os contratos em que a declaração negocial só pode ser exteriorizada por uma determinada forma prevista na lei, designadamente documento autêntico (escritura pública) ou

⁸⁵ CORDEIRO, António Meneses, *Tratado de Direito Civil I*, cit., p. 409.

⁸⁶ Cfr. LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit. p. 192.

⁸⁷ Cfr. art. ° 11 do CC.

particular. São não formais aqueles contratos em que a declaração negocial pode ser exteriorizada por qualquer meio, incluindo a oralidade⁸⁸.

A categoria dos contratos formais tem vindo a ser apresentada como contrária a evolução jurídica, em virtude da tendência para o consensualismo⁸⁹. A verdade, porém, é que se tem vindo a assistir a um retorno ao formalismo contratual, designadamente no âmbito dos negócios jurídicos de consumo, o que pode de certa forma questionar essa tendência evolutiva.

Esse retorno ao formalismo contratual é justificado pela intenção de fornecer informação ao consumidor, a qual justifica não apenas a sujeição a forma escrita dos negócios jurídicos de consumo, mas também a obrigatoria inclusão neles de uma série de menções⁹⁰.

2.4.2. Classificação dos contratos quanto ao modo de formação

Uma distinção adicional deve ser feita em relação ao modo de formação dos contratos, entre contratos reais *quoad constitutionem* e contratos reais *quoad effectum*. Os contratos reais *quoad constitutionem* são aqueles em que a celebração exige a tradição ou entrega da coisa que é objecto do contrato. Por outro lado, os contratos consensuais são aqueles em que essa entrega não é necessária⁹¹.

Esta classificação corresponde a um resquício da categoria romana da constituição dos contratos *re*, onde se exigia o formalismo de entrega da coisa para essa constituição. Por esse motivo, os contratos que no Direito Romano correspondiam a essa categoria (*pignus*, *comodatum*, *mutuum* e *depositum*) são aqueles que ainda hoje a integram: penhor das coisas, comodato, mútuo e depósito. A estes o Código Civil actual fez acrescentar a doação verbal das coisas móveis e a parceria pecuária, sendo ainda previsto no Código Comercial o reporte⁹².

⁸⁸ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit. p. 192

⁸⁹ Assim, CORDEIRO, António Meneses, *Tratado de Direito Civil I*, cit. p. 465, que chega a afirmar que “as regras que, ainda hoje, impõem a categoria de negócios formais, colocam-se tanto ao arrepio de uma evolução milenária, levantando dúvidas e perplexidades na sua justificação”.

⁹⁰ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit. p. 193.

⁹¹ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit. p. 193.

⁹² LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit. 193.

A necessidade da tradição da coisa para a formação desses contratos geralmente é tácita, sendo implicitamente indicada pela descrição do tipo contratual, e de facto, no seu regime, não se prevê a obrigação de entrega da coisa⁹³.

Noutras hipóteses, porém, o legislador determina expressamente a proibição de o contrato se constituir sem a entrega da coisa. É o que acontece no penhor de coisas (art.º 669 do CC): “o penhor só produz efeitos pela entrega da coisa empenhada”, na doação verbal de coisas móveis (art.º 947, n.º 2 do CC): “a doação de coisas móveis não carece de formalidade alguma externa, quando acompanhada de tradição da coisa só pode ser feita por escrito” e no reporte (art.º 487 § único do Ccom.): é condição essencial a validade do reporte a entrega real dos títulos”⁹⁴.

Tem vindo a ser levantada na doutrina a questão de saber se a exigência de tradição da coisa para a constituição de certos contratos ainda desempenharia, no direito actual, alguma função útil e se as partes não poderiam, ao abrigo da autonomia privada, dispensar este requisito. Posição afirmativa tem vindo a ser ensaiada na doutrina alemã⁹⁵ e mais restritamente na doutrina italiana⁹⁶, sendo igualmente defendida na doutrina portuguesa por VAZ SERRA, MOTA PINTO, ALMEIDA COSTA, MENEZES CORDEIRO, e CARVALHO FERNANDES, embora normalmente estes autores excluam da solução propugnada o penhor das coisas, onde consideram que na tradição corresponde a uma situação de publicidade constitutiva. A posição contrária, negando a possibilidade de dispensar o requisito de tradição, foi defendida por PIRES DE LIMA e ANTUNES VARELA e, embora com alguma hesitação, por CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA⁹⁷.

Ao nosso ver, a questão da dispensa da tradição – e a consequente admissibilidade da constituição do contrato como consensual – só pode colocar relativamente as situações em que a referência a tradição aparece apenas na descrição do tipo legal, já que

⁹³ “É o que sucede na parceria pecuniária – definida no art.º 1129 do CC, como o “contrato gratuito pelo qual uma ou mais pessoas entregam a outras um animal...” – no comodato – referido no art.º 1142 do CC “conjunto pelo qual uma das partes empresta à outra dinheiro ou outra coisa fungível...” – no depósito – descrito no art.º 1185 do CC como “o contrato pelo qual uma das partes entrega a outra uma coisa móvel ou imóvel...”. Cfr. LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit. pp. 193-194.

⁹⁴ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 194.

⁹⁵ Cfr. WOLFGANG FIKENTSCHER, *Shuldrecht*, 9ª Ed., De Gruyter, Berlim, 1997, § 12, nr. 45, p. 48, citado por LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 194.

⁹⁶ DANIELA CENNI, *La formazione del contratto tra realtà e consensualità*, Padova, Cedam, Passim, 1998, citada por LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 194.

⁹⁷ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 195.

sempre que a lei exige imperativamente a tradição para a constituição do contrato (como acontece com o penhor de coisas, na doação verbal de coisas móveis e no reporte), parece claro que as partes não a podem dispensar⁹⁸.

Parece-nos, porém, que a exigência da tradição tem uma clara função útil de não permitir que a execução do contrato ocorra numa fase posterior a da declaração negocial, exigindo que a execução do contrato se manifeste precisamente nessa declaração negocial. Tal regime tem a vantagem de não permitir a execução do contrato, quando a declaração negocial da parte mais sacrificada já não é actual, o que é ditado precisamente para evitar a emissão de declarações negociais precipitadas, em contratos que podem ditar a abdicação do gozo das coisas de que são objecto. Sendo essa a razão do regime, parece-nos que a tradição deve ser considerada um elemento essencial do contrato, pelo que as partes não podem dispensar.

Imaginemos, por exemplo, um contrato de comodato. Ao exigir-se a tradição da coisa para a constituição do contrato (cfr. art.º 1129 do CC), o legislador garante que o comodante permanece decidido a realizar o empréstimo da coisa, no momento em que entrega. Se as partes pudessem dispensar a tradição, o resultado seria a constituição em relação ao comodante de uma obrigação de entrega, a qual, se não tivesse prazo estipulado, se manteria enquanto não ocorresse a prescrição. Ao nosso ver, não faz sentido vincular o comodante a entregar a coisa em comodato, quanto, passado um certo lapso de tempo, a sua vontade de emprestar desapareceu⁹⁹.

Por outro lado, admitir a ideia de que se podem formar, com base na autonomia privada, contratos reais *quoad effectum* ao lado dos contratos reais *quoad constitutionem*, parece-nos incorrecto já que os tipos contratuais são defendidos em função dos seus efeitos e não da sua forma de constituição. Não há um comodato real e um comodato consensual, mas apenas e tão só contratos de comodato e de mútuo. Ora, nesses contratos, ou se defende que é exigida a tradição para se constituírem – e então são contratos reais *quoad constitutionem* – ou se entende que o contrato já está formado antes da tradição, e então o contrato é consensual, pois ao admitir duas situações simultaneamente implicaria defender dois regimes contraditórios para o mesmo contrato, o que é inaceitável¹⁰⁰.

⁹⁸ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 195.

⁹⁹ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 196.

¹⁰⁰ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 196.

2.4.3. Classificação dos contratos quanto aos efeitos

2.4.3.1. Contratos obrigacionais e reais

Existe ainda uma classificação dos contratos que respeita a sua eficácia jurídica. Conforme se sabe, a eficácia jurídica reconduz-se a produção de efeitos de direito e estes, sendo necessariamente reportados a pessoas, dão origem a situações jurídicas. A eficácia jurídica classifica-se em eficácia jurídica constitutiva, transmissiva, modificativa ou extintiva, consoante, respectivamente, a situação jurídica se constitua numa esfera jurídica, transite de uma para outra esfera jurídica, se modifique ou se extinga¹⁰¹.

Nos contratos, conforme se referiu, a produção dos efeitos jurídicos resulta da livre decisão das partes ao abrigo da autonomia privada. Consequentemente, qualquer destes tipos de eficácia jurídica pode ser estipulado, podendo, por isso, falar-se em contratos constitutivos, modificativos, transmissivos ou extintivos de direitos e obrigações¹⁰².

A mais importante classificação dos contratos é, porém, a que distingue os contratos consoante o tipo de situações a que dão origem. Neste caso, fala-se em contratos reais e obrigacionais, consoante a situação jurídica em questão se reconduza a um direito real sobre uma coisa corpórea ou apenas dê origem a um direito de crédito.

Os contratos obrigacionais se reconduzem a criação de direitos de crédito e obrigações, sendo a sua eficácia sobre a esfera jurídica das partes imediata. Os contratos reais colocam um problema particular, o que sucede sempre que não estejam preenchidos, no momento da celebração do contrato, os requisitos necessários para que o contrato dê origem a uma situação jurídica de natureza real¹⁰³.

A regra geral, porém, é a de que a transmissão dos direitos reais sobre coisa determinada ocorre por mero efeito do contrato (art.º 408, n.º 1 do CC). Temos aqui consagrado nesta disposição o sistema do título, o qual significa precisamente que a transmissão dos direitos reais ocorre apenas em virtude do próprio contrato, não ficando dependente de qualquer acto posterior, como a tradição da coisa ou registo. Daqui resulta a importante consequência

¹⁰¹ Sobre a eficácia jurídica, cfr. CORDEIRO, António Meneses, *Tratado de Direito Civil I*, cit., p. 437 e ss.

¹⁰² LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 197.

¹⁰³ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 197.

de que o adquirente da coisa, sendo considerado proprietário à partir do momento da celebração do contrato, sobre o risco de a sua perda ou deterioração à partir desse momento¹⁰⁴.

2.4.3.2. A cláusula de reserva de propriedade

Ocorrendo entre nós a transferência da propriedade sempre em virtude da celebração do contrato e, no momento dessa celebração, a transmissão dos bens é extraordinariamente facilitada em prejuízo dos interesses do alienante. Assim, se for celebrado um contrato de compra e venda de um bem, o comprador torna-se imediatamente proprietário do bem vendido e pode voltar a aliená-lo, mesmo que este não lhe tenha sido entregue ou o preço respectivo ainda não esteja pago. Este é, porém, um mero direito de crédito, que não lhe atribui qualquer preferência no pagamento, o que implica para o vendedor ter que concorrer com todos os credores comuns do comprador sobre o património deste (art.º 604, n.º 2 do CC). Assim, caso o comprador não possua bens suficientes para pagar todos os seus credores, o vendedor não terá a possibilidade de cobrar a totalidade do preço¹⁰⁵.

A compra e venda a crédito (venda a prestações ou venda com espera de preço) apresenta-se por isso como um negócio que envolve riscos elevados para o vendedor, pois a celebração do contrato acarreta para ele a mudança de uma situação de proprietário de um bem para a de um mero credor comum, sem qualquer garantia especial, nem sequer sobre o bem vendido. Em virtude dessas consequências gravosas, tornou-se comum, nos contratos de compra e venda a crédito, a celebração da cláusula de reserva de propriedade¹⁰⁶.

A reserva de propriedade vem referida no artigo 409 do Código Civil, podendo ser definida como a convenção pela qual o alienante reserva para si a propriedade da coisa, até ao cumprimento total ou parcial das obrigações da outra parte, ou até a verificação de qualquer outro evento (art.º 409, n.º 1 do CC). A cláusula de reserva de propriedade pode ser celebrada em relação a quaisquer bens, mas a lei dispõe que, no caso de bens imóveis ou móveis sujeitos a registo, só a cláusula constante o registo é oponível a terceiros (art.º 409, n.º 2 do CC). Nos outros casos não será, por isso, exigida qualquer publicidade, para se poder opor reserva a

¹⁰⁴ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., pp. 197-198.

¹⁰⁵ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 200.

¹⁰⁶ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., pp. 200-201.

terceiro, mesmo que esteja de boa fé e tenha obtido propriedade por transmissão do adquirente sob reserva¹⁰⁷.

A cláusula de reserva de propriedade implica assim que, por acordo entre o vendedor e o comprador, a transmissão de propriedade fique diferida para o momento do pagamento integral do preço. A função desse acordo, não é, porém, permitir ao vendedor a continuação do gozo sobre o bem – uma vez que este é entregue ao comprador – mas apenas defender o vendedor de eventuais consequências do incumprimento do comprador¹⁰⁸.

2.4.4. Classificação dos contratos entre sinalagmáticos e não sinalagmáticos

Os contratos são classificados como sinalagmáticos ou não sinalagmáticos dependendo se geram obrigações recíprocas para ambas as partes, colocando-as simultaneamente na posição de credores e devedores, ou se não geram tais obrigações. Embora muitas vezes essa classificação seja mencionada como “bilateral” e “unilateral”, é importante evitar essas expressões para não causar confusão com a classificação dos negócios jurídicos em bilaterais e unilaterais¹⁰⁹.

MENEZES CORDEIRO sugere a possibilidade de diferenciar entre contratos monovinculantes e bivinculantes, dependendo se apenas uma das partes fica vinculada ou se a vinculação ocorre em relação a ambas. O autor exemplifica com o contrato-promessa unilateral (art.º 411 do CC), considerando que há sinalagma devido às prestações correlativas, uma vez que a formação do contrato definitivo requer a declaração de ambas as partes. No entanto, seria um contrato monovinculante, uma vez que “apenas uma das partes deve prestar, se a outra quiser e esta presta quando quiser e caso queira que a outra preste”¹¹⁰.

A classificação dos contratos entre sinalagmáticos e não sinalagmáticos pode ser interpretada de maneiras diferentes. No caso do contrato-promessa unilateral, pode-se argumentar que não há sinalagma, pois apenas uma das partes tem a obrigação de celebrar o contrato definitivo. O beneficiário da promessa unilateral não tem uma obrigação correspondente, já que ninguém pode exigir que ele emita uma declaração

¹⁰⁷ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, cit., p. 297.

¹⁰⁸ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 201. Ainda sobre o incumprimento das obrigações, cfr. COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 2014, cit., p. 1035 e ss.

¹⁰⁹ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 204.

¹¹⁰ CORDEIRO, António Meneses, *Tratado de Direito Civil I*, cit., pp. 461-462.

negocial. Embora a declaração seja necessária para a formação do contrato definitivo, isso é visto como uma prática de um acto necessário para o cumprimento da obrigação pela outra parte. A não realização desse acto apenas resulta em atraso por parte do credor, não acionando o regime de incumprimento das obrigações de prestações recíprocas, de acordo com o art.º 813 do CC¹¹¹.

Os contratos sinalagmáticos são contrários aos não sinalagmáticos. Os contratos não sinalagmáticos podem ser unilaterais, nos quais apenas uma parte assume uma obrigação (como na doação obrigacional ou na fiança), ou bilaterais imperfeitos, nos quais uma parte assume uma obrigação, mas a outra realiza uma prestação em circunstâncias eventuais (como no mandato ou no depósito gratuito)¹¹².

A classificação dos contratos em sinalagmáticos e não sinalagmáticos está fundamentada na presença de obrigações recíprocas para ambas as partes envolvidas no contrato ou apenas para uma delas. Um exemplo de contrato sinalagmático é a compra e venda, no qual, conforme o art.º 879, al. b) e c) do Código Civil, são identificadas obrigações para ambas as partes: a obrigação de entrega da coisa por parte do vendedor e a obrigação de pagamento do preço por parte do comprador¹¹³.

2.4.5. Classificação dos contratos entre onerosos e gratuitos

Uma classificação importante dos contratos é a distinção entre contratos onerosos e gratuitos. Um contrato é considerado oneroso quando envolve atribuições patrimoniais para ambas as partes, e gratuito quando envolve atribuições patrimoniais para apenas uma delas. Por exemplo, a compra e venda (art.º 874 do Código Civil) é um contrato oneroso, pois ambas as partes realizam atribuições patrimoniais, com o comprador abdicando do preço e o vendedor da coisa. Por outro lado, a doação (art.º 940 do CC) e o comodato (art.º 1129 do CC) são contratos gratuitos, pois apenas uma das partes realiza atribuições

¹¹¹ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 205.

¹¹² Nos contratos bilaterais imperfeitos podem surgir obrigações por ambas as partes, mas não existe qualquer reciprocidade entre elas. No mandato ou no depósito gratuito, a lei prevê a possibilidade de urgirem também obrigações para o mandante (art.º 1166, al. a), c) e d) ou para o depositante (art.º 1199 al. b) e c), ambos do CC.

¹¹³ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 206.

patrimoniais. Alguns contratos, como o mútuo, o mandato e o depósito, podem ser tanto onerosos quanto gratuitos, dependendo das circunstâncias específicas da negociação¹¹⁴.

A distinção entre contratos onerosos e gratuitos não corresponde necessariamente à distinção entre contratos sinalagmáticos e não sinalagmáticos. Um contrato pode ser classificado como oneroso sem ser necessariamente sinalagmático, como no caso do mútuo oneroso, em que, apesar da transferência de bens patrimoniais para ambas as partes (empréstimo de capital e pagamento de juros), apenas o mutuário assume obrigações (restituir o capital e os juros).

Os contratos reais "*quoad constitutionem*" podem ser considerados onerosos sem serem sinalagmáticos, quando a transferência patrimonial de uma das partes não implica assumir uma obrigação, mas ocorre simultaneamente com a celebração do contrato. No entanto, os contratos sinalagmáticos são sempre considerados onerosos, uma vez que, ao estabelecerem obrigações recíprocas para ambas as partes, envolvem necessariamente transferências patrimoniais para ambas as partes envolvidas¹¹⁵.

A qualificação dos contratos como onerosos ou gratuitos pode gerar desafios especiais quando o contrato envolve relações triangulares. Nesses casos, a distinção entre onerosidade e gratuidade baseia-se na presença ou ausência de contrapartida pela prestação realizada. Em algumas dessas relações triangulares, a contrapartida pode existir, enquanto em outras, a contrapartida pode estar ausente, o que torna a categorização mais complexa¹¹⁶.

Os contratos gratuitos geralmente se distinguem dos contratos onerosos pelo regime que oferecem, proporcionando uma maior protecção à parte que realiza a prestação patrimonial. Essa maior protecção é estabelecida, em primeiro lugar, pelo facto de que a formação de um contrato gratuito muitas vezes requer um processo mais complexo do que a formação de um contrato oneroso correspondente¹¹⁷. Em segundo plano, esses contratos são

¹¹⁴ Cfr. arts.º 1145, 1158 e 1186 do CC.

¹¹⁵ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 207.

¹¹⁶ Neste sentido, LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 208, refere que “por exemplo, no caso de contrato a favor de terceiro (art.º 443 do CC), o promitente que realiza a prestação ao terceiro não recebe qualquer contrapartida deste, mas pode vir a recebe-la do promissório (...)”.

¹¹⁷ Compare-se a forma de doação de coisas móveis (art.º 947, n.º 2 do CC), com o correspondente a venda (art.º 219 do CC), bem como a exigência de tradição no comodato (art.º 1129 do CC), ao contrário do que sucede com a locação (art.º 1022 do CC).

objecto de um regime mais favorável em relação à responsabilidade por perturbações na prestação¹¹⁸.

2.4.6. Classificação dos contratos entre cumulativos e aleatórios

Uma outra classificação dos contratos distingue entre contratos cumulativos e aleatórios, sendo restrita aos contratos onerosos. Nessa classificação, considera-se o contrato cumulativo quando ambas as atribuições patrimoniais são certas e aleatório quando pelo menos uma das atribuições patrimoniais é incerta, seja em relação à existência ou ao seu conteúdo (*quantum*)¹¹⁹.

A distinção entre contratos cumulativos e aleatórios é aplicável apenas aos contratos onerosos e está relacionada com a presença de duas atribuições patrimoniais distintas.

Nos contratos cumulativos, ambas as atribuições patrimoniais são previamente definidas e certas. Por outro lado, nos contratos aleatórios, pelo menos uma das atribuições patrimoniais é incerta, podendo ser a existência ou o conteúdo (*quantum*).

Exemplos de contratos aleatórios incluem contratos de jogo e aposta (conforme o art.º 1245 do CC), contratos de renda vitalícia (previstos no art.º 1238 do CC) e contratos de seguro (regulados pelo Decreto-Lei n.º 1/2010, de 31 de Dezembro).

Nesses tipos de contratos, o desfecho depende de uma álea, ou seja, de um risco específico, que pode estar relacionado com a incerteza da verificação de um facto (*incertus an*) ou com a incerteza do momento dessa verificação (*certus an, incertus quando*).

Na álea bilateral, ambas as partes envolvidas têm atribuições patrimoniais incertas. Já na álea unilateral, uma das partes possui uma atribuição patrimonial certa, enquanto a outra parte tem uma atribuição incerta.

¹¹⁸ Compare-se os arts.º 956 e 957 do CC, relativos a doação, com os arts.º 892 e ss., 905 e 913 e ss., do CC, relativos a compra e venda; o art.º 1134, relativo ao comodato, com os arts.º 1032 e ss., do CC, relativos a locação; e o art.º 1151, apenas aplicável ao mútuo gratuito.

¹¹⁹ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 209.

Por exemplo, nos contratos de jogo e aposta, com excepção da lotaria, observamos uma álea bilateral, enquanto nos contratos de seguro e de renda vitalícia, incluindo a lotaria, encontramos uma álea unilateral¹²⁰.

2.4.7. Classificação de contratos entre nominados e inominados, contratos típicos e atípicos

Uma outra forma de classificar os contratos é distinguindo entre contratos nominados e inominados, bem como entre contratos típicos e atípicos.

Contratos nominados: são reconhecidos pela lei como uma categoria jurídica definida por um *nomen iuris*.

Já os contratos inominados: não são designados por um *nomen iuris* na lei, não sendo reconhecidos nas categorias contratuais estabelecidas.

A classificação de um contrato como nominado ou inominado depende da presença ou ausência de uma designação legal específica. A integração de contratos nas categorias legais é realizada por meio da qualificação dos contratos, considerando se os elementos principais do contrato correspondem aos elementos principais de um tipo legal, independentemente de a vontade das partes coincidir ou não com essa qualificação¹²¹.

O contrato é considerado típico quando o seu regime está estabelecido na lei, enquanto é classificado como atípico quando não existe essa previsão legal específica.

Os contratos nominados podem ser típicos e atípicos. O contrato inominado é sempre atípico¹²². Assim, a compra e venda (arts.º 874 e ss. do CC) ou a doação (arts.º 940 e ss. do CC) são exemplos de contratos nominados e típicos, pois possuem denominação específica e um regime jurídico estabelecido na lei. Por outro lado, contratos como o de hospedagem são considerados nominados e atípicos, uma vez que a lei os reconhece como categorias jurídicas (art.º 755, al. b) do CC), mas não define seu regime. Quando as partes

¹²⁰ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 209.

¹²¹ Neste sentido, LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 210, alerta que “esta classificação não se confunde com outra classificação, entre contratos típicos e atípicos”.

¹²² CORDEIRO, António Meneses, *Tratado de Direito Civil I*, cit., p. 473.

celebram um contrato que não é reconhecido pela lei, trata-se de um contrato inominado e atípico¹²³.

A tipicidade pode ocorrer em relação a certos contratos que, mesmo não sendo regulados pela lei, são amplamente reconhecidos na prática jurídica. Isso faz com que, pela simples designação desses contratos, as partes identifiquem um regime que a prática social impôs. Nesses casos, fala-se de tipicidade social, que geralmente leva ao posterior reconhecimento do contrato pelo legislador. Actualmente, isso acontece com os contratos de concessão comercial e de franquia (*franchising*).

Em contratos socialmente típicos, é possível admitir a existência de verdadeiros tipos jurídicos, quando a prática social reiterada, associada à convicção de obrigatoriedade, estabelece normas de direito consuetudinário para regular esses contratos. Nos demais casos, o regime do contrato atípico só pode ser determinado pela aplicação das normas gerais dos contratos e pela aplicação analógica das normas não excepcionais referentes a contratos semelhantes ao atípico¹²⁴.

2.4.8. Contratos mistos

Os contratos mistos são uma categoria importante no âmbito dos contratos. São considerados contratos mistos aqueles que combinam em si regras de dois contratos total ou parcialmente típicos¹²⁵, assumindo-se como um contrato atípico por não se enquadrar integralmente em nenhum tipo contratual regulado por lei, os contratos mistos adoptam regras de dois ou mais contratos típicos, o que pode gerar conflitos entre os regimes aplicáveis. Isso justifica a autonomização dos contratos mistos, devido às questões jurídicas que eles levantam. É possível distinguir as seguintes categorias de contratos mistos¹²⁶:

- Contratos múltiplos ou combinados;

¹²³ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 210.

¹²⁴ TELLES, Inocêncio Galvão, *Manual dos Contratos em Geral*, p. 85.

¹²⁵ O art.º 405, n.º 2 do CC, refere expressamente a exigência da reunião no mesmo contrato de “regras de dois ou mais negócios jurídicos, total ou parcialmente regulados na lei”. Consequentemente, se a reunião se fizer entre regras de um contrato regulado na lei com as de outro que não esteja, teremos um contrato parcialmente típico, mas não um contrato misto.

¹²⁶ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 211.

- Contratos do tipo duplo ou geminados;
- Contratos misto *stricto sensu*, cumulativos ou indirectos;
- Contratos complementares.

Os contratos múltiplos ou combinados são aqueles em que as partes acordam que uma delas deve realizar prestações correspondentes a dois contratos típicos distintos, enquanto a outra parte realiza uma única contraprestação comum. Um exemplo seria alguém vender um automóvel a outra pessoa e, ao mesmo tempo, se comprometer a conduzi-lo, contra uma única contraprestação, combinando assim uma compra e venda com uma prestação de serviços¹²⁷.

Os contratos do tipo duplo ou combinados referem-se a contratos nos quais uma parte está obrigada a uma prestação típica de um determinado tipo contratual, enquanto a outra parte está obrigada a uma contraprestação proveniente de outro tipo contratual. Por exemplo, alguém alugar uma casa com a obrigação da outra parte de realizar serviços de limpeza do prédio, combinando assim um contrato de arrendamento com um contrato de prestação de serviços. Neste tipo de contrato, ocorre uma prestação típica do contrato de arrendamento (a cedência do gozo de um imóvel) e uma prestação típica do contrato de prestação de serviços (serviços de limpeza), sem as contraprestações típicas desses contratos (renda e retribuição), resultando assim em um contrato misto¹²⁸.

Os contratos mistos *stricto sensu*, cumulativos ou indirectos são contratos nos quais é empregada a estrutura própria de um tipo contratual para desempenhar uma função típica de outro tipo contratual. Por exemplo, alguém vender uma casa por um preço simbólico de 10.000,00 MT (dez mil meticais). A estrutura utilizada é típica do contrato de compra e venda (transferência de uma coisa por um preço), mas o preço tão baixo torna-se meramente simbólico, assumindo assim a função própria de uma doação (realização de uma liberalidade)¹²⁹.

Os contratos complementares são aqueles em que são adotados elementos essenciais de um contrato específico, mas incluem acessoriamente elementos típicos de outro ou outros contratos. Por exemplo, a venda de um automóvel com a obrigação acessória do

¹²⁷ Cfr. LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 211.

¹²⁸ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 212.

¹²⁹ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 212.

vendedor realizar a manutenção do veículo combina um contrato de compra e venda com uma prestação de serviços acessória¹³⁰.

2.5. O Direito do Consumo e o contrato de consumo

2.5.1. O Direito de consumo

Esta linha de evolução socioeconómica e legislativa, traduzida na entronização do consumidor como centro nevrálgico de uma específica zona de intervenção das ordens jurídicas na modernidade cedo conduziria à emergência de um “Direito do Consumo”. Este novel sector jurídico também designado “direito do consumidor” (“*consumer law*”, “*diritto dei consumatori*”) ou “direito de defesa dos consumidores” (“*Verbraucherschutzrecht*”, “*derecho de protección a los consumidores*”), tem por objecto o conjunto de princípios e normas relativas à disciplina jurídica das relações de consumo, mediante a consagração da figura do consumidor, a definição do seu estatuto jurídico (em especial, aos contratos de consumo), tendo por finalidade precípua a promoção e protecção dos interesses dos consumidores¹³¹.

Trata-se, naturalmente, de uma mera definição propedêutica ou preliminar, a explicitar-se e densificar no discurso da exposição subsequente. Como adiante melhor veremos, as perplexidades geradas em torno da delimitação da própria noção-chave de “consumidor” na natureza multidisciplinar das fontes da sua tutela jurídica, o fundamentalismo da sua matriz ideológica, e a sua inconsistente unidade dogmático-científica, tornam bastante difícil precisar com rigor o objecto desta disciplina e ate fundamentar a sua própria autonomia enquanto ramo jurídico – não faltando mesmo quem afirme que “um direito de consumo, como ramo autónomo de direito, à semelhança do direito civil, do direito comercial ou do direito de trabalho, não existe no actual sistema jurídico”¹³².

¹³⁰ LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, cit., p. 212.

¹³¹ ANTUNES, José Engrácia, *Direito do Consumo*, Almedina, Lisboa, 2019, p. 14

¹³² ANTUNES, José Engrácia, *Direito do Consumo*, cit. p. 15.

2.5.1.1. Origem e Fundamento do Direito de Consumo

Nos últimos anos, o campo do direito do consumo tem experimentado um desenvolvimento significativo, impulsionado pela promulgação de diversos decretos legislativos e pelo surgimento de uma quantidade considerável de literatura doutrinária¹³³.

O ponto de viragem na questão da protecção dos consumidores remonta ao famoso discurso do presidente norte-americano JOHN F. KENNEDY, proferido no Congresso em 15 de Março de 1962. Nessa ocasião, Kennedy enfatizou que todos nós somos consumidores por definição e, embora não organizados ou ouvidos, constituímos o maior grupo económico que actua no mercado, influenciando e sendo influenciados por todas as decisões tomadas nesse âmbito. No entanto, as preocupações com o desequilíbrio subjacente às relações de consumo surgiram antes mesmo desse reconhecimento¹³⁴.

Os primeiros sinais desse entendimento remontam à criação, nos Estados Unidos, de instituições dedicadas ao estudo e defesa dos direitos dos consumidores desde os anos 20 do século passado, assim como à elaboração de normas para combater práticas comerciais desleais. Normativas sobre publicidade enganosa e rotulagem de produtos específicos já estavam em vigor nos anos 30^{135/136}.

Embora o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor tenha começado a ser celebrado no dia 15 de Março de 1983, a data ainda se mostra pouco divulgada, e são poucos países que a comemoram, sobretudo os países em desenvolvimento¹³⁷.

¹³³ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o Doutoramento em Direito Privado, Lisboa, 2001, p. 11.

¹³⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 11.

¹³⁵ CORDEIRO, António Menezes, “*Da Natureza Jurídica do Direito do Consumo*”: In *O Direito, Ano 136, IV, 2994*, pp. 605-640, p. 608 (reproduzido posteriormente In *Estudos em Memória do Professor Doutor António Marques dos Santos*, Vol. I, Almedina, Coimbra, 2005, pp. 675-711).

¹³⁶ LIZ, Jorge Pegado, *Introdução ao Direito e a Política do Consumo*, Editorial Notícias, Lisboa, 1999, pp. 29 e 30.

¹³⁷ Comparativamente, algumas de outras datas internacionais, e nacionais comemoradas ao longo do ano são marcadas pelo crescente número de homenagens e campanhas especiais, nomeadamente o Dia Internacional da Mulher (8 de Março), o Dia Internacional da Água (22 de Março), o Dia Internacional do Trabalhador (1º De Maio), o Dia Internacional de HIV/SIDA (1 de Dezembro), dentre outros.

Em 1985 a Assembleia da Organização das Nações Unidas (ONU) adoptou a Resolução n.º 39-248 que estabeleceu as Directrizes para a Protecção do Consumidor. Estas directrizes ressaltam a importância do desenvolvimento e manutenção pelos Governos e políticas de defesa do consumidor¹³⁸.

A expansão do movimento pela consagração dos direitos do consumidor incitou a produção de instrumentos legais em vários países do mundo, com o propósito de regulamentar as relações de consumo. Portugal aprovou em 1981 pela primeira vez uma Lei de Defesa do Consumidor, a Lei n.º 29/81, de 22 de Agosto, e em 1996, o regime aplicável a defesa dos consumidores, a Lei n.º 24/96 de 31 de Julho.

No contexto do direito português, além dos sinais mencionados, o primeiro acto que demonstrou uma preocupação específica com a defesa dos consumidores foi a Proposta de Lei sobre a promoção e defesa do consumidor, apresentada antes da mudança de regime em 1974. Contudo, essa proposta não avançou, e somente em 22 de Março foi aprovada a Lei de Defesa do Consumidor (Lei n.º 29/81, de 22 de Agosto). Em 1982, a primeira revisão da Constituição da República Portuguesa explicitamente introduziu na lei fundamental alguns direitos do consumidor. A protecção dos consumidores deixou de ser apenas um objectivo a ser perseguido pelo Estado na medida do possível, entre outros aspectos da política económica, e passou a incluir alguns direitos que o Estado deveria garantir independentemente da política económica adoptada¹³⁹.

O Brasil aprovou pela primeira vez na sua história o Código de Defesa do Consumidor em 1990, através da Lei n.º 9.078 de 11 de Setembro.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) expressa, em seus 119 artigos, a determinação constitucional de defesa do consumidor. Sua aplicação tem como pressuposto fundamental a caracterização da relação de consumo, que pende por sua vez, do reconhecimento dos contratantes das qualidades de consumidor e de fornecedor. Segundo o art.º 2 do CDC, “O consumidor é definido como qualquer indivíduo ou entidade, seja pessoa física ou jurídica, que adquire ou utiliza um produto ou serviço com a finalidade de uso próprio, sem a intenção de revender ou utilizar como insumo em outra produção¹⁴⁰.”

Na África do Sul, a *Bill of Right* destaca os oito direitos do consumidor¹⁴¹, incluídos igualmente na Constituição da República Sul-africana de 1996 e neste ano, foi

¹³⁸ https://www.salcaldeira.com/index.php/pt/publicacoes/artigos/doc_download/361-o-dia-mundial-dos-direitos-do-consumidor. Acesso em 24.02.2022

¹³⁹ Neste sentido, MEIRIM, José Manuel, “*A Constituição da República e os Consumidores*” In RMP, Ano 11, n.º 44, 1990, pp. 181-188, p. 182.

¹⁴⁰ TEPEDINO, Gustavo, *Temas de Direito Civil, Renovar*, Rio de Janeiro. São Paulo. Recife, 2006, 2ª triagem Junho/2008, p. 126.

¹⁴¹ www.helplinelaw.com/law/south%20africa/consumer-rights/01.php. Acesso em 24.02.2022.

publicado no Boletim Oficial do Governo a minuta da Lei da Protecção do Consumidor, para informação geral ao público e comentários¹⁴².

Em Moçambique o movimento da defesa dos direitos do consumidor não causou grandes alterações no quadro legislativo do país. Alguns dos diplomas que afectam as relações de consumo estão ligadas a determinados sectores, como o caso do sector alimentar, da saúde e do comércio – Lei n.º 8/82 de 23 de Junho, Lei sobre Crimes Contra a Saúde Pública no âmbito da higiene alimentar e o Decreto n.º 12/82 de 23 de Junho, o qual estabelece requisitos higiénico-sanitários de produção, transporte e comercialização de géneros alimentícios.

Em tempos consideravelmente recentes, o Conselho de Ministros aprovou a Política de Qualidade e Estratégia para a sua Implementação (Resolução n.º 51/2003, de 31 de Dezembro) e o Código de Publicidade (Decreto n.º 65/2004 de 31 de Dezembro). A Constituição da República em 2004, estabelece no seu artigo 92 os seguintes direitos do consumidor: o direito a qualidade dos bens e serviços consumidos, o direito a formação e informação, o direito a protecção da saúde, o direito a segurança dos seus interesses económicos e o direito a reparação de danos.

Em 2009 foi aprovada a primeira Lei de Defesa do Consumidor (LDC-2009), a Lei n.º 22/2009 de 22 de Setembro com o âmbito de aplicação a todas as pessoas públicas e privadas que desenvolvem habitualmente actividades de produção, fabrico, importação, construção, distribuição ou comercialização de bens ou serviços a consumidores mediante a cobrança de um preço¹⁴³.

Na sequência da aprovação do diploma supra, foi finalmente publicado o Regulamento da Lei de Defesa do Consumidor, aprovado pelo Decreto n.º 27/2016 de 18 de Julho (RLDC), que já era muito aguardado, na medida em que se trata do instrumento necessário a materialização ou execução da lei que estabelece e protege os direitos dos consumidores¹⁴⁴. A falta de informação ou prestação de informação deficiente ou viciada que comprometa a utilização adequada do produto ou serviço confere ao consumidor o direito de retractação do contrato de aquisição ou prestação. Esse direito pode ser exercido no prazo de

¹⁴² www.dti.gov.za. Acesso em 24.02.2022.

¹⁴³ Cfr. Art.º 2, n.º 1 da LDC.

¹⁴⁴ O Regulamento ora aprovado, prevê os mecanismos de prevenção dos danos, estabelecendo as informações obrigatórias que devem ser prestadas ao consumidor. Cada produto deve conter obrigatoriamente, um rótulo ou etiqueta com informações em língua portuguesa sobre prováveis riscos associados no seu consumo, bem como o seu preço expresso em moeda nacional.

sete dias úteis a contar da data de recepção ou da data de celebração do contrato de prestação de serviços¹⁴⁵.

Cerca de um ano depois, havendo necessidade de regular as transacções electrónicas, o comércio electrónico e o Governo Electrónico, bem como garantir a segurança dos provedores e utilizadores das tecnologias de informação e comunicação, foi aprovada a Lei n.º 3/2017 de 9 de Janeiro, a Lei de Transacções Electrónicas¹⁴⁶.

A aprovação dos diplomas legais previamente descritos demonstra que existe uma preocupação por parte do regulador moçambicano em se debruçar sobre a questão dos direitos do consumidor. Louva-se o esforço de o direito do consumidor merecer de tratamento constitucional, porém apesar do esforço da consagração legislativa ainda se encontra muito a quem do desejável e por outro lado, a aplicação dos diplomas já existentes pelos produtores e fornecedores de bens e serviços, e a sua fiscalização pela administração pública, são muito importantes para proteger o consumidor e impedir a ocorrência de situações que atentem contra os seus direitos.

Actualmente, a importância do conjunto de regulamentos que abordam as relações de consumo não é contestada pela maioria dos especialistas, pelo menos nos países com um nível médio ou alto de desenvolvimento económico. Os motivos tradicionalmente citados para a implementação desses regulamentos também permanecem essencialmente os mesmos, baseando-se principalmente na existência de um desequilíbrio entre o consumidor e o profissional. Isso ocorre porque o profissional geralmente tem acesso a uma melhor informação sobre o negócio em questão e possui uma capacidade financeira superior¹⁴⁷.

¹⁴⁵ Um pouco mais arrojado que LDC, o RLDC estabeleceu num artigo específico (art.º 26, n.º 1) o Direito de retratação, que estabelece a possibilidade de o consumidor devolver o produto ou desistir do serviço prestado em determinado prazo, desde que não prejudique ao fornecedor, devendo este aceita-lo sem reservas. Já o art.º 21, n.º 5 da LDC, estabeleceu por e simplesmente que “O consumidor tem o direito de desistir do contrato a partir do recebimento do bem ou serviço, especialmente quando a contratação e o fornecimento ocorrem fora do estabelecimento comercial, como por meio de correspondência ou meios equivalentes”, embora que nessas datas não existisse qualquer instrumento em Moçambique que regulasse o comércio fora do estabelecimento e com o recuso em meios de comunicação à distância.

¹⁴⁶ Submetida a Assembleia da República (AR), sob proposta do Governo, a lei visa estabelecer sanções ao infractor cibernético, garantindo assim, maior a protecção do consumidor e aumentar a confiança dos moçambicanos no envio de mensagens electrónicas como meio de comunicação e de prestação de serviços, contribuindo para o preenchimento do vazio existente no que concerne ao comércio electrónico, incluindo a protecção do consumidor e a protecção dos dados pessoais.

¹⁴⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit. p. 18.

2.5.1.2. Conceito de Consumidor

Não existe um conceito único de consumidor capaz de responder todos os anseios¹⁴⁸. Essa divergência refere-se à inclusão ou exclusão de pessoas físicas (indivíduos) ou jurídicas (empresas), que, em uma relação jurídica específica com um profissional, actuam dentro de uma actividade económica e possuem conhecimento específico sobre o negócio em questão¹⁴⁹.

O principal objectivo das definições legais, e a de consumidor, quando inserida num diploma legal, não é excepção, é o de delimitar o âmbito de aplicação (no caso da noção de consumidor, o âmbito de aplicação subjectivo) de um determinado regime jurídico. É comum referir-se que as definições devem caber aos aplicadores do direito, aqueles a quem cabe interpretar o conteúdo dos preceitos legais. No entanto, esta objecção não procede, uma vez que a lei tem de recorrer a definições legais sempre que o seu objectivo passe por regular especialmente uma determinada matéria (ou relações estabelecidas por ou com determinadas pessoas) e não possa revelar-se, com exactidão, o sentimento que os conceitos tem socialmente¹⁵⁰.

No direito moçambicano, podemos encontrar algumas (muito poucas) definições de consumidor, tanto em textos doutrinários ou em legislações, sendo mais relevantes a da Lei de Defesa do Consumidor¹⁵¹, uma vez que é o diploma que incorpora os princípios e normas gerais do direito do consumo.

Embora consagrado, no art.º 92, os direitos dos consumidores, a Constituição da República de Moçambique (CRM) não contém qualquer disposição referente a definição da figura, cabendo tal tarefa ao intérprete da lei fundamental. A definição constante da Lei de

¹⁴⁸ CARVALHO, Jorge Morais, “*Prestação de Informações nos Contratos celebrados à Distância*”, In Direito Privado e Direito Comunitário – Alguns Ensaio, Âncora Editora, Lisboa, 2007, pp. 13-131.

¹⁴⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit. p. 18.

¹⁵⁰ DUARTE, Rui Pinto, *Tipicidade e Atipicidade dos Contratos*, Coimbra, Almedina, 2000, pp. 71 a 79.

¹⁵¹ Tanto a Lei de Defesa do Consumidor (LDC) quanto o Regulamento da Lei de Defesa do Consumidor (RLDC) de Moçambique não abordaram a definição de consumidor em seu corpo principal, deixando essa questão para o glossário em anexo. Portanto, conforme o glossário, consumidor é definido como “todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados ao uso não profissional, ou tarifa, por pessoa que exerça com carácter profissional uma actividade económica que vise a obtenção de benefícios”.

Defesa do Consumidor e o respectivo Regulamento pode constituir um importante auxílio nesta tarefa, mas não é, certamente, necessário que vincule a norma constitucional. Em alguns diplomas que regulam (total ou parcialmente) relações de consumo verifica-se uma omissão e por vezes remissão expressa para a definição de consumidor da Lei de Defesa do Consumidor¹⁵², e na ausência desta remissão, cabendo ao intérprete determinar o seu âmbito de aplicação, que a doutrina avança que se trata do conceito a revelar.

Em Portugal, a Lei de Defesa do Consumidor define, no artigo 2º, nº1, o consumidor como “aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional, por pessoa que exerça com carácter profissional uma actividade económica que vise a obtenção de benefícios”.

Os quatro elementos presentes na norma citada que podem ser usados para avaliar qualquer conceito de consumidor são: falta de informação, prestação de informação deficiente, informação viciada, comprometimento da utilização adequada do produto ou serviço citada¹⁵³: elemento subjectivo, elemento objectivo, elemento teleológico e elemento relacional¹⁵⁴.

O elemento subjectivo (“todo aquele”) é bastante amplo, abrangendo, numa primeira abordagem, todas as pessoas, físicas ou jurídicas, embora sofra depois uma restrição face ao elemento teleológico¹⁵⁵.

O elemento objectivo possui igualmente elevada relevância (“a quem recebido bens, prestação de serviços e transmissão de direitos”), presumindo toda a relação contratual celebrada entre os sujeitos. Somos do parecer que o espírito do instrumento se estende, ainda, também, a relações fora do contrato. Assim, por exemplo o art.º 10, n.º 1 da LDC moçambicana, impõe ao fornecedor ou prestador de serviços fornecimento de informações relativamente a garantia oferecida, tanto nas negociações, como na celebração do contrato, podendo esta ser para a responsabilidade pelos vícios do bem e do serviço, previstos nos artigos 15 e 16.

¹⁵² DA SILVA, João Calvão, *Venda de Bens de Consumo*, 4ª Ed., Almedina, Coimbra, 2010, p. 53.

¹⁵³ Cfr. ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo*, cit. p. 29.

¹⁵⁴ Cfr. DUARTE, Paulo, “O Conceito Jurídico de Consumidor, segundo o art.º 2, n.º 1, da Lei de Defesa do Consumidor” In, BFDUC, Vol. I LXXV, 1999, pp. 649-703 e OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados através da Internet*, Almedina, Coimbra, 2002, p. 55.

¹⁵⁵ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit. p. 22.

O elemento teleológico também não se vê excluído da definição ao estabelecer (“destinados a uso não profissional”)^{156/157}. Para o efeito, Lei de Defesa do Consumidor afasta do conceito todas as situações de compra para revenda ou recepção de um serviço para posterior ganho económico, realçando que o fim último deve resumir-se no uso individual ou privado do objecto adquirido. O fim pode ser manifestado positiva (“uso privado”) negativamente (“uso não profissional”).

A actual Lei de Defesa do Consumidor amplia significativamente a abrangência de sua aplicação em comparação com a legislação anterior. Ele sugere que os produtos podem ser adquiridos para uso pessoal, mas também podem ser direccionados para um uso não profissional, como no caso da compra de um carro por alguém para posterior revenda, sem nunca ter sido utilizado. Nesse contexto, é possível interpretar que, mesmo que o carro não tenha sido adquirido com o propósito de revenda, a condição de não ter sido usado ainda se enquadra na categoria de “uso privado”. Isso porque a definição de “uso privado” não deve ser determinada pela utilização específica dada ao produto, mas sim pela sua capacidade de ser utilizado para tal fim¹⁵⁸.

Uma situação que se assiste e suscita dúvidas, deriva de saber exacto momento em que deve ser verificado para o feito do destino a dar aos bens: a altura que celebra o vínculo, a altura em que se realiza a entrega ou outra distinta? Sendo que, o cumprimento das normas especiais de protecção aos interesses dos consumidores se encontra dependente da tomada de conhecimento sobre a natureza da relação por parte do fornecedor, é ao instante da celebração do contrato que se deve considerar para a determinação do uso predominante a ser dado ao bem.

O conceito comporta também um elemento relacional, exigindo que a contraparte (relativamente ao consumidor) seja “uma pessoa que exerça com carácter profissional uma actividade económica”. O carácter profissional, no nosso entendimento, pressupõe a prática continuada e organizada de actos do comércio, e afasta do conceito os actos esporádicos e isolados de venda de bens, prestação de serviços ou transmissão de direitos.

¹⁵⁶ RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, *O Consumidor no Direito Angolano*, Almedina, Coimbra, 2009, p. 62, entende que “O conceito de destinatário final pode ser interpretado de forma a proteger também o adquirente profissional que não incorpora o bem ou serviço em seu processo produtivo”.

¹⁵⁷ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *La Protection du Consommateur au Portugal, Europa-Institut, Saarbücken*, 1987, p. 33, citado por CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit. p. 24, sustenta no sentido em que o interesse socioeconómico do contrato de consumo deriva na “na prossecução das necessidades individuais do consumidor”.

¹⁵⁸ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos Consumidores*, cit. pp. 209 e 210. Contra DUARTE, Paulo, *“O conceito de Consumidor, segundo o art.º 2, n.º 1, da Lei de Defesa do Consumidor”*, cit. pp. 675 e 675.

Perante a este último elemento, o teleológico (“uso não profissional”), a lei foi clara e feliz ao excluir do conceito de consumidor as pessoas, singulares e as pessoas colectivas, que realizem actividade económica, independentemente de terem ou não noções fundamentais no que diz respeito ao negócio em alusão¹⁵⁹.

Sugere-nos, deste feita, que, apesar de ser verdadeira a ideia de que cada um de nós cabe no conceito de consumidor torna-a vago e de certa forma vazio. Existem sim, os mais cuidadosos em relativamente aos riscos inerentes as dinâmicas actuais nas relações de consumo, existem os mais lúcidos, cautelosos e esclarecidos quanto aos direitos que a legislação os salvaguarda, no entanto, há por outro lado os mais imprudentes, há os “viciados” sujeitos e disponíveis para aquisição de tudo que é pelo mercado oferecido ainda que sem realizar uma ténue reflexão, nada informados e mergulhados frequentemente em distrações ou insusceptíveis de prever os danos aliados a aquisição do bem ou subscrição de um serviço, vulneráveis a todas as propostas ou convites para realização de contratos de consumo, ainda que sem representar a satisfação de qualquer necessidade efectiva ou imprescindível. O espírito do direito do consumo reside pois, na protecção da posição jurídica de todos estes consumidores, sem discriminar o grau de informação detida ou o efectivo preparo e consciência para com alguma ponderação celebrar contratos seguros.

A matéria é afincadamente discutida na ordem jurídica francesa, ciente de que inexistente conceptualização legal do termo “consumidor” no *Code de la Consommation*, que, remete por sinal a discussão sobre o assunto para o campo doutrinário e jurisprudencial¹⁶⁰.

Uma matéria, levantada e fortemente debatida naquele ordenamento prende-se em saber se o conceito de consumidor a se considerar deve se restringir e abranger tao somente ao singular que mantém um vínculo contratual com o fornecedor, ou uma definição mais ampliada, capaz de abarcar fornecedores, ainda que não detenham informações profundas na matéria em que se estabelece a relação entre as partes¹⁶¹.

¹⁵⁹ LIZ, Jorge Pegado, *Introdução ao Direito e a Política do Consumo – Coleção Biblioteca jurídica*, Notícias, 1999, p. 193.

¹⁶⁰ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit. p. 27.

¹⁶¹ Citado por CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit. p. 27, TERRÉ, François, SIMLER, Philippe e LEQUETTE, Yves, *Droit Civil – Les Obligations*, 8ª Ed., Dalloz, Paris, 2002, p. 84, e FERRIER, Didier, *La Protection des Consommateurs*, Dalloz, Paris, 1996, pp. 13 a 15, que procede a um resumo dos argumentos apresentados pelas correntes doutrinárias.

Vale frisar que não se trata de uma posição comumente acolhida, defendendo-se preferencialmente que as pessoas jurídicas ou pessoas colectivas que exercem uma actividade comercial ou profissional não devem, em qualquer hipótese assumir numa relação com tais elementos a posição de consumidor¹⁶².

O direito brasileiro, portanto, admite que seja considerado consumidor tanto a pessoa física quanto a pessoa jurídica, desde que o adquirente do produto ou serviço seja o seu destinatário final, ou seja, o produto ou serviço deve sair objectivamente do mercado, não se destinar ao comércio ou actividade profissional de transformação em novo produto ou serviço. Na relação de consumo o destino do serviço ou consumo é a utilização, do adquirente para a satisfação das suas necessidades próprias ou de sua família. Cuida-se de opção legislativa que suscita controvérsias, na medida em que não restringe a utilização de mecanismos de protecção da parte contratual mais fraca a pessoas físicas, incumbindo ao revés, em seu âmbito de actuação, as empresas-consumidoras desde que adquiram produtos como destinatários finais – ou seja, desde que adquiram produtos ou serviços para uso próprio, não para a actividade profissional. Para o direito brasileiro poder ser considerada relação de consumo, por exemplo, o serviço de dedetização em instalações de uma indústria. Os insumos que esta mesma indústria compra, ou equipamentos de informática que o profissional liberal adquire, para a prestação de serviços, não se constitui em objecto da relação de consumo¹⁶³.

2.5.1.3.A protecção do consumidor: fundamento e interesses subjacentes

É relativamente pacífica, hoje a necessidade de o direito consagrar especiais esquemas de protecção do consumidor, enquanto contraente mais fraco, sistematicamente sujeito a perigos, riscos provenientes da denominada “sociedade de consumo”¹⁶⁴. Para o

¹⁶² Ao longo do tempo, a jurisprudência tem oscilado entre uma interpretação ampla e uma interpretação restrita do conceito de consumidor. Inicialmente, ela tendeu a adoptar uma interpretação mais restrita, mas gradualmente começou a aceitar uma abordagem mais ampla. Um exemplo disso é uma decisão de 1987, na qual um tribunal determinou que um agente imobiliário que comprou um sistema de alarme para seu estabelecimento era considerado um consumidor. No entanto, essa tendência foi revertida posteriormente, voltando a favorecer uma interpretação mais restrita. Actualmente, os tribunais franceses geralmente consideram como consumidores aqueles cujas acções não estejam directamente relacionadas à sua actividade profissional.

¹⁶³ TEPEDINO, Gustavo, *Temas de Direito Civil*, cit. pp. 126-127.

¹⁶⁴ DE ALMEIDA, Carlos Ferreira, *Os Direitos dos Consumidores*, cit., p. 205.

surgimento e posterior evolução desta sociedade nos tempos modernos, contribuíram de forma decisiva, como é sobejamente conhecido, as chamadas “revoluções industrial e comercial”: a primeira trouxe a produção em série, a mecanização do processo produtivo, a descida dos custos de produção e a multiplicação exponencial dos bens; a segunda, a revolução dita comercial, facilitada pela utilização de novos métodos de comercialização e divulgação dos bens e serviços, pela generalização e expansão das novas tecnologias, pelo acesso fácil ao crédito e pela sofisticação dos meios publicitários, permitiu o desenvolvimento do comércio e contribuiu para o escoamento dos produtos¹⁶⁵.

Este fenómeno provocou alterações significativas, em especial, nas relações jurídicas contratuais. No domínio de formação dos contratos, a vontade livre e esclarecida do consumidor é viciada por métodos ardilosos e subtis de persuasão, baseados em novas técnicas de promoção de *marketing*, por vezes muito agressivas, destinadas unicamente a incrementar o consumo¹⁶⁶.

Está demonstrado que os produtores e fornecedores de bens e serviços tem maior força económica e maior domínio da informação do que os destinatários desses bens e serviços – os consumidores –, que se vem constrangidos a aceitar negócios em condições que não desejam, por fraqueza negocial ou deficiente informação¹⁶⁷.

O desequilíbrio técnico, social e, acima de tudo, económico das partes envolvidas numa relação jurídica de consumo, agudiza-se, dando azo ao surgimento das desigualdades jurídicas e a limitação, ou mesmo total afastamento, na esfera jurídica do consumidor da liberdade de estipulação negocial¹⁶⁸.

A intervenção do Direito, destinada a proteger o consumidor, têm-se tornado efectiva através da emissão de medidas legislativas, as quais vão integrando um corpo de normas com relativa autonomia, em pleno desenvolvimento científico e dogmático, podendo

¹⁶⁵ MONTEIRO, António Pinto, “*A Protecção do Consumidor de Serviços Essenciais*”, Estudos de Direito do Consumidor, n.º 2, Centro de Direito do Consumo, 2000, p. 334.

¹⁶⁶ DA SILVA, João Calvão, *Responsabilidade Civil do Produtor*, Coimbra, Almedina, 1990, p. 35.

¹⁶⁷ LEITÃO, Luís Teles de Menezes, “*O Direito do Consumo: Autonomização e Configuração Dogmática*”, Estudos do Instituto de Direito do Consumo, vol. I, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, Almedina, Coimbra, 2002, p. 12.

¹⁶⁸ REBELO, Fernanda Neves, *O Direito de Livre Resolução no Quadro geral do Regime Jurídico da Protecção do Consumidor*, artigo publicado “Nos 20 Anos do Código das Sociedades Comerciais, Homenagem aos Profs. Doutores A. Ferrer Correia, Orlando de Carvalho e Vasco Lobo Xavier”, Vol. II, Varia, Coimbra Editora, Coimbra, 2007, pp. 572-617, promovido pela Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, p. 5, expõe que “o exemplo mais evidente é o fenómeno das cláusulas contratuais gerais (...)”.

mesmo falar-se de uma nova temática jurídica na área do direito privado especial: “a protecção dos consumidores” e de um novo direito: o direito do consumidor¹⁶⁹.

2.5.2. O Contrato de Consumo no Geral

Pode em termos gerais como contrato de consumo o acordo concluído entre o consumidor e um empresário ou profissional que tem por objecto a aquisição de um bem, ou subscrição de um serviço ou direito destinado a um uso não profissional (privado) por parte do primeiro¹⁷⁰.

Trata-se evidentemente de um conceito frequentemente utilizado actualmente no campo jurídico, dado ao relevante espaço que este ramo de direito tem vindo a ganhar. A definição que mais consenso colhe e mais cobertura dá ao conceito concentra referência ao objecto e não aos sujeitos que militam no negócio, e define o como contrato de consumo como o que incide sobre determinada coisa, certo serviço ou algum direito que se destine ao uso não profissional do adquirente, enquanto que a contraparte actua sempre sob égide da sua actividade profissional¹⁷¹. O regime aplicável a formação destes contratos pode ser encontrada nas regras gerais do Direito Civil articuladas com as normas do Direito de Consumo.

A multiplicidade de diplomas que contém normas especiais aplicáveis as relações de consumo podem dificultar o interprete na sua tarefa de deslindar qual o regime do Direito de Consumo na sua amplitude. Daí a existência de um Código do Consumidor, a semelhança do que acontece em algumas ordens jurídicas, como por exemplo a espanhola, poder facilitar esta percepção¹⁷².

Igualmente como sucede com os contratos comerciais, considerar-se a figura norteadora do Direito Comercial, os contratos de trabalho o aspecto fulcral do Direito do Trabalho, os contratos de consumo traduzem-se no “núcleo duro” do Direito do Consumo.

¹⁶⁹ MONTEIRO, António Pinto, “*Sobre o direito do consumidor em Portugal*”, Estudos do Direito do Consumo, n.º 4, 2002, p. 121.

¹⁷⁰ ANTUNES, José Engrácia, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, Revista da Ordem dos Advogados, Lisboa, 2018, p. 125

¹⁷¹ Segundo DE ALMEIDA, Carlos Ferreira, *Os Direitos dos Consumidores*, Almedina, Coimbra, 1982, p. 97

¹⁷² VIEIRA, Daniela Nilza Teles, *Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo*, Dissertação de Mestrado em Direito Civil, Porto, 2015, p. 21.

Para CHRISTIAN ALEXANDER, “o contrato constitui o instrumento jurídico do processo económico do mercado e a protecção do consumidor através do direito contratual representa o cerne do direito do consumo”.¹⁷³

Para tanto, identificam-se actualmente uma série de normas legais que versam em torno de um regime específico para os contratos do consumo no geral, distinguindo-lhe do regime geral aplicado aos negócios jurídicos e dos contratos plasmado entre os artigos ° 217 e ss., e 405 e ss. do Código Civil. As específicas modalidades de celebração contratos de consumo, contribuíram sobremaneira para o desenvolvimento e modernização do tradicional quadro dogmático do direito contratual.

As principais especialidades vislumbradas seguem desde o processo de negociação, mecanismos de formação, elementos que compõem o conteúdo, efeitos que se verificam e formas de extinção dos contratos de consumo.¹⁷⁴

Estudar contratos de consumo passa por considerar concomitantemente o regime jurídico comum que engloba os contratos de consumo em geral e as diversificadas tipologias contratuais nela existentes, os contratos de consumo em especial.

2.5.2.1. Negociação

A etapa de negociação assume uma importância particular nos contratos de consumo. O amplo alcance do consumo e as discrepâncias de informação resultantes das estratégias promocionais das empresas de bens e serviços levaram o legislador a estabelecer um reforço significativo dos deveres e garantias pré-contratuais impostos aos empresários e profissionais em relação ao consumidor. Tanto é assim que é legítimo afirmar que o antigo ditado "*caveat emptor*" (o comprador deve cuidar de si mesmo) agora deu lugar, neste contexto, ao novo paradigma normativo "*caveat venditor*" (o vendedor deve cuidar)¹⁷⁵.

¹⁷³ ANTUNES, José Engrácia, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, cit. p. 126.

¹⁷⁴ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, Anuário da NOVA Consumer Lab – *Yearbook of the NOVA Consumer Lab*, Lisboa, p. 124

¹⁷⁵ BRADGATE, Robert, *Commercial Law*, Butterworths, 3ª Ed., London, 2000, p. 300.

2.5.2.1.1. Informação Pré-Contratual

A regulamentação legal de muitos contratos de consumo agora inclui obrigações de fornecer informações antes da assinatura, geralmente atribuídas à parte empresarial ou profissional contratante. De facto, essa regulamentação está cada vez mais valorizando um imperativo geral de "transparência nas negociações". Esse imperativo visa principalmente reforçar a protecção dos interesses dos consumidores diante das disparidades de informação existentes, manifestando-se em obrigações de fornecer informações prévias, de forma geral ou específica, sobre os sujeitos envolvidos, os termos, o conteúdo e os efeitos dos respectivos contratos¹⁷⁶.

2.5.2.1.2. Integração publicitária contratual

Quando se trata de contratos de consumo, é comum que sejam precedidos por mensagens publicitárias, por meio das quais os empresários buscam atrair as preferências dos consumidores. Isso torna inevitável que as decisões dos empresários em celebrar contratos sejam frequentemente baseadas nos conteúdos dessas mensagens publicitárias dos produtos ou serviços em questão. Portanto, há mérito na afirmação de que, de certa forma, esses contratos são como que “pré-celebrados” por meio da publicidade. Dado que nem sempre é fácil distinguir entre o conteúdo informativo (objectivo) e promocional (persuasivo) dessas mensagens, é necessário responsabilizar os empresários pelas informações e qualidades divulgadas através da publicidade. Isso é conhecido como integração publicitária contratual, que implica a inclusão obrigatória nos contratos de consumo das informações presentes nos anúncios¹⁷⁷.

A obrigação e a eficácia legal dos anúncios publicitários, que entram em conflito directo com a teoria tradicional do valor contratual das declarações comerciais (*caveat emptor*), são agora explicitamente reconhecidas no campo jurídico. Portanto, as informações específicas objectivas contidas em mensagens publicitárias de um determinado produto, serviço ou direito

¹⁷⁶ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 125.

¹⁷⁷ Neste sentido ANTUNES, José Engrácia, *Direito dos Contratos Comerciais*, 7ª reimpressão, Almedina, Coimbra, 2019, p. 119 e ss.

são consideradas parte integrante do conteúdo dos contratos celebrados após a sua divulgação, sendo que cláusulas em sentido oposto são consideradas inválidas.¹⁷⁸.

2.5.2.1.3. Publicidade enganosa

Embora não se ajuste estritamente a uma garantia ou dever pré-contratual positivo, é digna de menção, devido à sua importância prática e à sua afinidade teleológica, a proibição da publicidade enganosa (*false advertising, irreführende Werbung, publicité trompeuse, pubblicità ingannevole*)¹⁷⁹.

Em Moçambique, encontramos anúncios publicitários difundidos através da imprensa escrita que remontam ao princípio do sec. XX, embora, durante o período colonial, a publicidade tenha sido dirigida, essencialmente, para um mercado maioritariamente constituído por europeus.

Para se falar dos primórdios da publicidade em Moçambique teremos, necessariamente, de olhar para a publicidade não escrita, como a radiofónica. No que respeita a primeira, há registos de que a publicidade já era inserida em jornais publicados na capital, como o “Lourenço Marques *Guardian*” (fundado em 1905) e “*A Tribuna*” (1907). Sobre a rádio em Moçambique, a primeira emissão foi, com efeito, transmitida a 18 de Março de 1933, por iniciativa dum grupo de entusiastas (...)¹⁸⁰.

A actividade publicitária engloba uma série de procedimentos ligados à criação de uma mensagem publicitária para seu público-alvo, bem como as relações legais e técnicas resultantes entre os anunciantes, agências de publicidade e meios de comunicação, abrangendo tarefas como concepção, elaboração, produção, planificação e distribuição publicidade¹⁸¹.

De facto, o legislador em Moçambique para esta questão, estabeleceu a proibição e punição de todas as formas de comunicação destinadas a promover bens e serviços por parte de empresas que, ao fornecer informações falsas ou omitir informações relevantes,

¹⁷⁸ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 127.

¹⁷⁹ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 128.

¹⁸⁰ PAUL, Leandro, *Direito da Publicidade em Moçambique, Anotado e Comentado, abordagem jurídica ao Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto*, FDS-Fim de Semana Lda., Maputo, 2017, pp. 13-17.

¹⁸¹ PAUL, Leandro, *Direito da Publicidade em Moçambique, Anotado e Comentado, abordagem jurídica ao Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto*, cit. p. 19.

levem ou possam levar os consumidores a tomar decisões comerciais sem erro, afectando assim sua capacidade de tomar decisões livres e esclarecidas¹⁸².

Quando a publicidade induz os seus destinatários, usuários e consumidores deliberadamente em erro, causando-lhe danos económicos ou prejudicando os concorrentes, denomina-se, publicidade enganosa¹⁸³.

Por outras palavras, se perante determinada situação é se confrontado com a alteração da verdade, sobre características de um determinado bem ou serviço, efectuada com a finalidade de induzir em erro o consumidor ou prejudicar um concorrente ou ainda, se verificar a ambiguidade colocada sob a capa de uma certa aparência de verdade, escondendo subtilmente uma ideia ou mensagem enganosa, tal facto integra, necessariamente, os pressupostos jurídicos de publicidade enganosa, violando consequentemente o princípio geral, concretamente ao princípio da verdade^{184/185}.

Esta proibição completa e destaca o papel jurídico do ambiente publicitário dentro do âmbito dos contratos de consumo: dentro desses contratos, os empresários e profissionais não apenas ficam legalmente vinculados por suas declarações publicitárias, mas também são obrigados a seguir um princípio de veracidade e clareza em relação ao conteúdo dessas declarações (especialmente as características dos produtos ou serviços anunciados, seus preços e condições de fornecimento, bem como os direitos, deveres e garantias dos compradores), a fim de evitar enganar potenciais partes desses contratos ou influenciar seu comportamento negocial de maneira distorcida¹⁸⁶.

A transgressão desse “dever de não agir” pode resultar em penalidades administrativas para os empresários ou profissionais infractores (conforme o art.º 33 da LDC, o art.º 32 do RLDC e os arts.º 58 e ss. do CPM), além de várias outras consequências significativas, como, por exemplo, a exigência de fornecer evidências da precisão dos dados

¹⁸² Cfr. art.º 33 da LDC e art.º 32 RLDC.

¹⁸³ Cfr. art.º 14, n.º 1 do Decreto n. 38/2016, de 31 de Agosto, Código da Publicidade em Moçambique (CPM)

¹⁸⁴ PAUL, Leandro, *Direito da Publicidade em Moçambique, Anotado e Comentado, Abordagem Jurídica ao Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto*, cit. p. 60.

¹⁸⁵ Sobre o princípio da verdade, cfr., art.º 8 do CPM.

¹⁸⁶ SERENS, Manuel Nogueira, *A Proibição de Publicidade Enganosa: Defesa dos Consumidores ou Protecção (de Alguns) Concorrentes?* In: A AVV, “Comunicação de Defesa do Consumidor”, Instituto Jurídico de Comunicação, Coimbra, 1996, pp. 229-234.

factuais contidos na publicidade, presumindo-se que tais dados são imprecisos se não forem apresentadas as evidências solicitadas ou se estas forem consideradas insuficientes.

Os anunciantes, agências de publicidade e os meios de comunicação publicitária são responsáveis conjunta e solidariamente, conforme previsto em normas gerais, pelos danos causados a terceiros devido à veiculação de mensagens publicitárias consideradas ilegais.¹⁸⁷

Por fim, destaca-se que a intersecção entre os regimes legais dos contratos de consumo e da publicidade é ricamente ilustrada, indo muito além das duas figuras principais mencionadas anteriormente (integração publicitária contratual e publicidade enganosa). É suficiente considerar a frequente subordinação dos contratos de consumo aos princípios gerais do direito publicitário: um exemplo, entre muitos, pode ser visto na importância directa do princípio da identificabilidade das mensagens publicitárias no contexto dos contratos electrónicos de consumo¹⁸⁸.

2.5.2.2. Formação

A elaboração dos contratos de consumo, apesar de estar sujeita às normas gerais da legislação civil e comercial, também inclui várias particularidades que merecem destaque. Entre as mais significativas estão aquelas relacionadas aos critérios para a formalização do contrato (liberdade, forma, idioma, defeitos) e as diferentes maneiras como esses contratos são estabelecidos (modelos especiais)¹⁸⁹.

2.5.2.2.1. Requisitos de celebração

Há várias particularidades na formação dos contratos de consumo, especialmente em relação aos requisitos como forma, idioma e defeitos. Apesar do princípio geral de liberdade na celebração de negócios jurídicos (art.º 405 do CC), é comum encontrar

¹⁸⁷ Cfr. art.º 58, n. 2 do CPM; PAUL, Leandro, *Direito da Publicidade em Moçambique, Anotado e Comentado, Abordagem Jurídica ao Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto*, cit. pp. 111-112, comenta que “neste domínio, o anunciante, a agência de publicidade e o titular do suporte publicitário são sujeitos activos da publicidade”.

¹⁸⁸ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 128.

¹⁸⁹ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 129.

obrigações legais de contratação no contexto das relações de consumo. Essas obrigações, ao limitar a autonomia de vontade dos empresários ou profissionais, os obrigam legalmente a realizar tais contratos. Um exemplo disso são os contratos de prestação de serviços públicos, como o fornecimento de água¹⁹⁰ ou energia.¹⁹¹

Contrariando o princípio de liberdade de formalização dos negócios jurídicos (art.º 219 do CC), mas em consonância com o que é observado no âmbito dos negócios jurídico-comerciais em geral, os contratos de consumo geralmente requerem uma forma específica. No entanto, a legislação moçambicana não aborda explicitamente os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento, deixando essa condição para a livre determinação das partes conforme os princípios gerais do direito, especialmente em contratos que possuam características específicas.

Contrariando o princípio da liberdade de idioma que é comum nos negócios comerciais, a redacção dos contratos de consumo e a apresentação das informações relacionadas devem, em geral, ser realizadas em língua portuguesa¹⁹². A Lei de Defesa do Consumidor estipula que “toda informação ao consumidor é fornecida em língua portuguesa”. Entretanto, para os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento, não há disposições específicas regulamentando esse aspecto, mais uma vez, deixando essa questão para o entendimento livre entre as partes.

Além disso, ao lado das regras gerais que regem os vícios de consentimento nos negócios jurídicos em geral (arts.º 240 e ss. do CC), é possível identificar vícios clássicos que têm um tratamento específico – como o erro na formação e na expressão da vontade contratual no comércio electrónico – ou mesmo vícios particulares – como a “influência indevida”, que, situada em algum ponto entre os vícios tradicionais do dolo e da coação, constitui um motivo independente para a invalidação dos contratos celebrados entre empresas e consumidores¹⁹³.

¹⁹⁰ Cfr. cfr. art.º 19 do decreto n.º 43/2007, de 30 de Outubro, Regulamento de Licenças de Concessão de Água (RLCA).

¹⁹¹ Cfr. art.º 11 da Lei n.º 21/97, de 1 de Outubro, Lei da Electricidade (LE), ora revogada.

¹⁹² Cfr. art.º 9, n.º 3 da LDC.

¹⁹³ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 131.

2.5.2.2.2. Modelos formativos especiais

Os contratos de consumo têm evoluído para se adaptar às necessidades e realidades contemporâneas, muitas vezes divergindo do modelo tradicional de formação contratual. Em contraste com o modelo clássico de oferta e aceitação expressa, os contratos de consumo são frequentemente estabelecidos por meio de abordagens mais flexíveis e adaptáveis às novas tecnologias e práticas comerciais.

Por exemplo, em transacções *online*, é comum que os consumidores façam pedidos ou compras adicionando itens a um carrinho virtual e concluindo a transacção com um único clique, sem necessariamente passar por um processo formal de oferta e aceitação expressa. Além disso, em muitos casos, os termos e condições dos contratos de consumo são apresentados aos consumidores de forma prévia ou embutidos em formulários padrão, exigindo que estes cliquem em uma caixa para indicar que concordam com os termos antes de prosseguir com a transacção.

Essas práticas alternativas de formação contratual levantam questões sobre a clareza e transparência dos termos para os consumidores, bem como sobre a validade e aplicabilidade desses contratos em caso de disputa. Portanto, é importante que a legislação de protecção ao consumidor acompanhe essas mudanças e estabeleça directrizes claras para garantir que os consumidores estejam adequadamente informados e protegidos ao celebrar contratos de consumo, independentemente de o modelo de formação utilizado serem especiais.

No contexto dos contratos de consumo formados de acordo com o modelo legal tradicional, a proposta ao público ganha uma importância significativa. Isso se deve ao facto de que a maioria desses contratos é estabelecida após o consumidor aceitar propostas feitas por empresários ou profissionais e direccionadas a um grupo de destinatários. Esta prática é regulamentada pelo artigo 230, n.º 3 do Código Civil, destacando a natureza essencial da proposta ao público nesse contexto¹⁹⁴.

A contratação conjunta é um modelo de formação contratual que se tornou cada vez mais comum em diversos tipos de contratos de consumo, como os celebrados fora do estabelecimento, à distância, de serviços públicos essenciais, de crédito ao consumo, de viagem

¹⁹⁴ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 132.

organizada, de seguro, entre outros. Nesse modelo, o acordo entre as partes é expresso em um único documento contratual assinado tanto pelo fornecedor quanto pelo consumidor.

A característica distintiva da contratação conjunta é a dificuldade em distinguir claramente entre uma proposta e uma aceitação, uma vez que ambas as partes contribuem para a formação do contrato de forma conjunta e simultânea. Isso contrasta com o modelo tradicional de oferta e aceitação, em que uma das partes faz uma proposta e a outra parte aceita ou rejeita essa proposta de forma expressa.

Devido à exigência de que os contratos de consumo sejam formalizados por escrito ou de forma equivalente em muitas jurisdições, a contratação conjunta se tornou uma prática comum, facilitando a documentação e a compreensão dos termos do contrato tanto para o fornecedor quanto para o consumidor. No entanto, essa forma de contratação também levanta questões sobre a clareza dos termos e a equidade na negociação, especialmente considerando que muitas vezes os consumidores podem ter menos poder de barganha em relação aos fornecedores. Portanto, é importante que a legislação de protecção ao consumidor estabeleça directrizes claras para garantir que os contratos celebrados por meio da contratação conjunta sejam justos e transparentes para ambas as partes.

Da mesma forma, a contratação em massa, característica das sociedades modernas de consumo, também apresenta particularidades significativas no que diz respeito ao consenso contratual. Isso inclui a contratação à distância, que é um processo em que a negociação ocorre exclusivamente por meio de uma ou mais técnicas de comunicação à distância, como carta padronizada, catálogo, telefone, fax, videotexto, correio electrónico, rádio, televisão e internet. Este método de contratação envolve a transmissão de declarações de vontade dos contratantes por meio de meios informáticos, principalmente através do correio electrónico e da internet¹⁹⁵.

2.5.2.3. Conteúdo

De maneira geral e abstracta, as partes dos contratos têm o direito de determinar livremente o conteúdo dos mesmos e incluir cláusulas de sua escolha (artigo 405, n.º 1 do CC). Esse aspecto fundamental do princípio jurídico da liberdade contratual, frequentemente referido na doutrina como princípio da liberdade de estipulação ou modelagem do conteúdo contratual (*Gestaltungsfreiheit, Inhaltsfreiheit*), implica que as partes, além de serem livres

¹⁹⁵ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 132.

para decidir se querem ou não celebrar um contrato, têm total autonomia para escolher o tipo de negócio mais apropriado aos seus interesses (selecção do tipo de negócio) e para estabelecer os termos específicos desse negócio (fixação do conteúdo do negócio)¹⁹⁶.

No entanto, esse princípio geral é substancialmente restringido no contexto dos contratos de consumo, o que resulta em um controle legal do conteúdo desses contratos. As limitações mais significativas derivam do regime legal das cláusulas contratuais gerais e das práticas comerciais desleais¹⁹⁷.

2.5.2.3.1. Cláusulas contratuais gerais

É difícil encontrar uma ilustração mais clara da crise do princípio jus privatístico geral mencionado do que nos contratos de consumo na actualidade, que caracterizam a contratação mercantil em massa. É evidente hoje que muitos desses contratos não representam negociações livres entre as partes, mas sim contratos de adesão, onde o conteúdo é unilateralmente estabelecido de antemão por uma das partes (o empresário ou profissional). Esses contratos consistem em cláusulas uniformes ou padronizadas destinadas a uma ampla gama de destinatários indeterminados, às quais a outra parte (o consumidor) simplesmente se limita a aderir ou rejeitar sem negociação individualizada¹⁹⁸.

Os contratos de consumo que empregam cláusulas contratuais gerais apresentam riscos evidentes para os consumidores que aderem a eles, algo que a legislação não pode ignorar. Por natureza, esses contratos excluem o consumidor de qualquer participação na definição do conteúdo negociado, representando uma forma actualizada da antiga prática do “pegar ou largar” no mundo dos negócios: deixando ao consumidor apenas a opção de aceitar ou recusar integralmente o contrato padronizado, esse tipo de transacção o confronta com a difícil escolha de aceitar as cláusulas pré-estabelecidas sem questionamento ou rejeitar o negócio, abrindo mão do bem ou serviço desejado. Além disso, é crucial reconhecer que a desigualdade entre as partes contratantes aumenta o risco de abusos. Enquanto o proponente,

¹⁹⁶ Sobre o princípio da livre estipulação contratual, vide FERNANDES, Luís António de Carvalho, *Teoria Geral do Direito Civil*, 10 Ed^a., UPC Editora, Vol. I, Lisboa, 2010, p. 246 e ss.

¹⁹⁷ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 133.

¹⁹⁸ MIRANDA, Yara, *As Cláusulas Contratuais Abusivas em Matéria de Relações de Consumo*, in: AAVV, “Direito Privado e Direito Comunitário – Alguns Ensaio”, pp. 643-702.

com acesso a recursos financeiros, humanos e técnicos sofisticados, pode garantir a elaboração exaustiva e adequada do contrato em seu próprio interesse, o aderente muitas vezes se encontra em posição desfavorável. Frequentemente confrontado com modelos contratuais complexos e detalhados, o aderente pode não ter tempo, vontade ou habilidades para compreender completamente o significado e a extensão dessas cláusulas¹⁹⁹.

As normas que abordam a definição e os critérios das cláusulas contratuais gerais, bem como sua abrangência, interpretação, integração e, especialmente, a previsão de cláusulas proibidas, são de extrema importância para os contratos de consumo²⁰⁰.

Os contratos de consumo que incluam essas cláusulas gerais ficam sujeitos ao regime legal, independentemente de o conteúdo do acordo se basear apenas nessas cláusulas ou também incluir outras cláusulas específicas, com uma das partes sendo o “proponente” e a outra o “aderente”. De acordo com a definição legal, as cláusulas contratuais gerais são caracterizadas por elementos essenciais (preparação unilateral, aplicação geral, imutabilidade) e elementos frequentemente presentes, embora não obrigatórios (desigualdade entre as partes, complexidade e padronização). Essas cláusulas devem ser elaboradas unilateralmente por uma das partes (preparação unilateral), para serem incorporadas em vários contratos (aplicação geral) e aceites inalteradas por quem as adere (imutabilidade). Além disso, as cláusulas contratuais gerais geralmente surgem em contratos entre partes com diferentes recursos económicos (desigualdade entre as partes) e envolvem negociações particularmente complexas (complexidade), sendo frequentemente registradas em documentos escritos ou electrónicos (padronização)²⁰¹.

Diferentemente de outras realidades jurídicas, o ordenamento jurídico não comporta uma lei que disponha sobre as cláusulas contratuais gerais, aplicando-se para patentes situações o regime do Código Civil ou do Código Comercial²⁰².

¹⁹⁹ RIBEIRO, Joaquim Sousa, *O Problema do Contrato – As Cláusulas Contratuais Gerais e o Princípio da Liberdade Contratual*, Almedina, Coimbra, 1999, p. 323 e ss.

²⁰⁰ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 135.

²⁰¹ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. pp. 135-136.

²⁰² No ordenamento jurídico português o legislador teve cuidado de através do Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de Outubro, aprovar a Lei das Cláusulas Contratuais Gerais (LCCG).

2.5.2.3.2. Práticas comerciais desleais

A moderna contratação mercantil muitas vezes envolve práticas comerciais que podem comprometer a liberdade contratual dos consumidores, impulsionadas pela competição acirrada entre os empresários e profissionais em busca de vendas, superação dos concorrentes e maximização dos lucros. Essas práticas podem incluir²⁰³:

- Exibição de marcas de confiança sem a autorização necessária: algumas empresas podem usar indevidamente marcas registradas ou logotipos de outras empresas conhecidas para enganar os consumidores sobre a autenticidade ou qualidade de seus produtos ou serviços;
- Promoção da venda de um produto a preço reduzido para impulsionar a venda de outro: essa prática, conhecida como venda casada, envolve estrategicamente a oferta de um produto a um preço reduzido ou mesmo de graça condicionado à compra de outro produto ou serviço, muitas vezes sem que o consumidor tenha conhecimento prévio dessa condição;
- Criação da ilusão de ofertas gratuitas ou brindes associados à compra: as empresas podem oferecer brindes ou ofertas gratuitas aos consumidores para atrair sua atenção e incentivar a compra, mas muitas vezes as condições para receber esses brindes não são claramente divulgadas, levando os consumidores a acreditar que estão recebendo algo sem custo adicional quando na verdade há exigências ocultas;
- Envolvimento do consumidor em esquemas de pirâmide: algumas empresas podem usar táticas enganosas para recrutar consumidores para esquemas de pirâmide, nos quais os participantes são incentivados a recrutar novos membros para obter lucro, em vez de receber compensação com base na venda de produtos ou serviços legítimos.
- Envio de bens ou serviços não solicitados: certas empresas podem enviar produtos ou serviços não solicitados aos consumidores e, em seguida,

²⁰³ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 144. Sobre práticas comerciais desleais e a tutela do consumidor vide CARVALHO, Jorge Morais, *Práticas Comerciais Desleais das Empresas Face aos Consumidores*; In: III “Revista de Direito das Sociedades”, 2011, pp. 187-219.

cobrar por eles, muitas vezes aproveitando-se da falta de clareza nas comunicações ou nas letras miúdas dos contratos.

Essas práticas comerciais desleais podem minar a confiança dos consumidores no mercado e prejudicar a concorrência leal entre as empresas. Portanto, é importante que as autoridades reguladoras implementem medidas eficazes para proteger os consumidores contra essas práticas e garantir a transparência e a equidade nas transacções comerciais.

2.5.2.4. Efeitos

Os contratos de consumo apresentam uma série de características distintas em relação aos seus efeitos: essas peculiaridades podem ser observadas tanto nas obrigações contratuais do empresário ou profissional (com ênfase especial no conceito de conformidade com o contrato) quanto nas do consumidor em si (com foco no preço)²⁰⁴.

Tradicionalmente, o cumprimento dos contratos se resume principalmente à realização da obrigação pelo devedor, que consiste na entrega da coisa ou na execução da acção para a qual se comprometeu (conforme o art.º 762, n.º 1 do CC). Ao aplicar esse conceito aos contratos de consumo, isso implicaria que o cumprimento contratual se concentra principalmente na execução da obrigação pelo empresário ou profissional (como o fornecimento do bem, a prestação de serviço ou a transferência do direito), de acordo com as condições de local (nos termos dos arts.º 772 e ss. Do CC) e tempo (conforme os arts.º 777 e ss. do CC), estabelecidas pelas partes ou pela lei. No entanto, essa visão tradicional não oferece uma protecção adequada ao consumidor, pois divide essa protecção em diversos mecanismos de reacção em caso de incumprimento da obrigação (como o erro sobre o objecto do contrato, a venda de produtos defeituosos ou onerados: segundo os arts.º 251, 905 e ss., 913 e ss. do CC), e impede o consumidor de exigir reparação ou substituição dos produtos defeituosos quando o vendedor desconhece o defeito sem culpa, colocando sobre o consumidor o ónus de verificar a

²⁰⁴ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 149.

qualidade dos produtos. Isso resulta em diversas particularidades na área dos contratos de consumo²⁰⁵.

2.5.2.5. Conformidade com o contrato

Desde já, contrariando esta abordagem tradicional, o regime de cumprimento dos contratos de consumo se baseia hoje no conceito de conformidade com o contrato. Esse conceito estipula que os bens, serviços ou direitos objecto de um contrato devem possuir as características acordadas pelas partes contratantes (como qualidade, quantidade, tipo, etc.) e devem atender às finalidades específicas para as quais foram destinados, sendo funcionalmente adequados para usos habituais de bens ou serviços similares²⁰⁶.

A referida definição – que se traduz largamente em uma característica fulcral dos contratos comerciais na generalidade²⁰⁷ e se reproduz preferencialmente na prerrogativa à qualidade dos consumidores, no sentido de que o vendedor é obrigado a fornecer ao consumidor bens que estejam em conformidade com o contrato de compra e venda, estabelecendo, assim, uma ampla e uniforme noção de descumprimento que oferece maior protecção ao consumidor. Isso também significa que, para os contratos civis mais tradicionais (conforme o artigo 874 do Código Civil) e comerciais (conforme o art.º 449 do Código Comercial – compra e venda mercantil), o legislador adoptou uma concepção ampla e uniforme de descumprimento, unificando sob um único conceito e regime aquilo que antes estava disperso em uma variedade de termos (“defeito”, “vícios”, “falta de qualidade”), regimes (descumprimento defeituoso, venda de produtos defeituosos e com ónus, erro sobre o objecto do contrato) e disposições jurídicas diferentes (principalmente, os arts.º 251, 799, n.º 1, 905, 913 e 1218 do CC)²⁰⁸.

Além dessa significativa mudança em termos teóricos, também são visíveis suas deficiências práticas. Enquanto o regime tradicional de cumprimento e protecção do comprador era complicado devido a uma variedade de mecanismos distintos, dependendo se o produto comprado tinha defeitos materiais ou jurídicos, agora esse processo se torna simples e

²⁰⁵ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 149.

²⁰⁶ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 150.

²⁰⁷ ANTUNES, José Engrácia, *Direito dos Contratos comerciais*, cit. p. 250 e ss.

²⁰⁸ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 151.

unificado, uma vez que o produto vendido é considerado conforme ao contrato apenas se for entregue ao comprador sem restrições físicas, jurídicas ou de outra natureza. Além disso, enquanto o regime tradicional se baseava no princípio *caveat emptor* (que significa “o comprador deve tomar cuidado”), o regime centrado na conformidade com o contrato reverte uma norma centenária, agora inspirada pela máxima *caveat venditor* (que significa “o vendedor deve tomar cuidado”)²⁰⁹.

2.5.2.6. Boa-fé

Apesar de ser um princípio geral de cumprimento de contratos (conforme o art.º 762, n.º 2 do CC), é relevante ressaltar que a boa-fé na execução das obrigações contratuais recebeu uma atenção especial no contexto dos contratos de consumo²¹⁰.

Note-se, no entanto, que essa expectativa de boa-fé não se aplica apenas ao cumprimento por parte do empresário ou profissional, pois os consumidores também são obrigados a agir de boa-fé (podendo violá-la, por exemplo, ao celebrar um contrato com a intenção exclusiva de utilizar e posteriormente devolver o bem dentro do período legal de direito de arrependimento)²¹¹, facto que preencheria sem qualquer margem para dúvidas de uso abuso ao direito que lhe é pela lei assistido. O princípio da boa fé, exige-se a cada uma das partes contraentes, e sem reservas.

2.5.2.7. Lugar e prazo da prestação

Cumpra ainda chamar a atenção para algumas particularidades do regime do lugar e prazo da prestação do empresário ou profissional. Quanto ao lugar da prestação, esta realiza-se usualmente no estabelecimento comercial deste (art.º 773 do CC), sem prejuízo da

²⁰⁹ Leitão, Luís de Menezes, *Caveat Venditor? A Directiva 1994/44/CE do Conselho e do Parlamento Europeu sobre a Venda de Bens de Consumo e Garantias Associadas e Suas Implicações no Regime Jurídico do Contrato de Compra e Venda*, In: AAVV, “Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor Galvão Teles”, Vol. I, Almedina, Coimbra, 2002, pp. 263-303.

²¹⁰ Cfr. art.º 21, n.º 1 da LDC.

²¹¹ Vide *infra* ponto 4.4.1.

existência de certas regras especiais²¹². Existem naturalmente situações, e não poucas na qual o lugar de prestação do acordo é diferente do estabelecimento do fornecedor e coincide com o local escolhido pelo consumidor, principalmente para os casos de prestação de serviços ou compras na qual se assume o compromisso pela entrega do produto.

Já quanto ao tempo da prestação, vale referir que nem a Lei de Defesa do Consumidor e nem o seu Regulamento foram capazes de dispor alguma norma dedicada a matéria, resumindo-se apenas em estabelecer que configura em uma das informações a que o consumidor tem direito de receber²¹³, de tal forma que não se permite aferir até exactamente quando é que após a celebração do contrato de consumo ele deverá ser executado, ou por outra, qual o prazo imposto pela lei para que o fornecedor realize a entrega do bem ou a prestação do serviço. Perante a falta dessa fixação, com a demora injustificada por parte do fornecer, deve ser conferida a prerrogativa para o consumidor de resolver o contrato e receber de volta o valor desembolsado dentro de determinado período que a lei igualmente não dispõe.

Pelo nosso entendimento, este direito de desvinculação poderia ser exercido após o termo do prazo adicional a ser atribuído pelo consumidor ou de forma imediata, nas situações que se verifique recusa ou indisponibilidade e o empresário cumprir com a prestação, ficando desde logo vinculado a ressarcir o valor recebido pelo consumidor.

2.5.2.8.Preço

Se os contratos de consumo têm como principal efeito, do ponto de vista do empresário ou profissional, a entrega de um bem, serviço ou direito conforme o contrato, para o consumidor, esse efeito se reflecte no pagamento do preço. O valor dos produtos e serviços desempenha um papel essencial e estratégico nos contratos de consumo, estando sujeito a importantes normas que abordam sua existência, formas, indicação, determinação e liquidação. Inicialmente, sendo uma característica intrínseca, o preço não é necessariamente um elemento obrigatório do contrato, permitindo a existência de contratos de consumo gratuitos. Estes podem ser classificados como contratos gratuitos puros - nos quais o bem ou serviço é oferecido ao consumidor sem exigir contrapartida – e contratos gratuitos impuros ou híbridos – como

²¹² ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 153.

²¹³ Cfr. art. ° 10, n. ° 1 *in fine* da LDC.

ocorre quando bens ou serviços são oferecidos em contratos onerosos, seja durante sua celebração, seja posteriormente²¹⁴.

Observado de outra forma, é importante notar que o conceito de “preço” nos contratos de consumo nem sempre implica necessariamente uma obrigação de pagamento em dinheiro por parte do consumidor. Em vez disso, outros tipos de contraprestações com valor monetário ou patrimonial podem ser relevantes. Isso é especialmente evidente em um número crescente de transações comerciais ou relações jurídicas (especialmente no campo do comércio electrónico) onde bens são fornecidos ou serviços são prestados ao consumidor em troca apenas da disponibilização dos dados pessoais deste último à empresa fornecedora ou prestadora. De facto, é importante reconhecer que os dados pessoais, que possibilitam a identificação dos consumidores e cujo armazenamento e processamento automatizado podem gerar modelos algorítmicos para determinar preferências e tendências dos consumidores, agora se tornaram um activo de enorme valor económico²¹⁵.

O legislador moçambicano tratou tanto na Lei de Defesa do Consumidor, tanto no seu Regulamento da questão do preço de forma superficial e reduzida, ao dispor que o consumidor tem direito a obter informações sobre o preço dos produtos e serviços, expressos em moeda nacional²¹⁶.

A informação relativa ao preço dos produtos e serviços é de particular importância, não apenas como um meio de garantir transparência e livre competição na economia de mercado, mas também como um elemento crucial para capacitar os consumidores a tomarem decisões informadas. A legislação fundamental nesse contexto é a Lei da Concorrência no Exercício da Actividade Económica (Lei n.º 10/2013, de 11 de Abril), que estipula a obrigatoriedade de indicar o preço dos bens em vendas a retalho. É importante notar que a ausência de informação sobre os preços pode ser considerada uma violação dos direitos do consumidor e uma prática comercial desleal, sujeita a sanções de naturezas civis e administrativas²¹⁷.

²¹⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Reflexão em Torno dos Contatos Promocionais com Objecto Plural*, in: “Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor Carlos Ferreira de Almeida” Vol. I, Almedina, Coimbra, 2011, pp. 499-520.

²¹⁵ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 154.

²¹⁶ Cfr. Art. 9, n.º 1 *in fine* da LDC e art.º 4, n.º 2 al. b) RLDC.

²¹⁷ Cfr. arts.º 28 e ss. da Lei n.º 10/2013 de 11 de Abril.

2.5.2.9. Extinção

Os contratos de consumo estão sujeitos aos princípios fundamentais que regem a extinção dos contratos e o fim dos laços jurídicos decorrentes deles (como revogação, resolução, denúncia e caducidade), porém, eles também apresentam algumas características distintas que merecem destaque especial, como o direito de desistência e a insolvência dos contratantes²¹⁸.

O aspecto mais característico da finalização dos contratos de consumo – talvez até mesmo do regime geral dos contratos como um todo, tornando-se uma verdadeira representação do direito do consumidor²¹⁹ – está no direito de desistência, também conhecido por várias denominações, incluindo o direito de arrependimento. Este direito confere ao consumidor a capacidade de se desvincular de um contrato já firmado, dentro de um período específico, através de uma simples declaração unilateral e opcional.²²⁰

Uma forma adicional de terminação dos contratos de consumo é a insolvência dos envolvidos. Apesar da importância desse evento como meio de término, há também outras áreas onde se destacam peculiaridades no regime de encerramento dos contratos de consumo. Um desses campos é o dos contratos de consumo durante crises económico-financeiras, como dificuldades financeiras, iminente insolvência ou insolvência actual, tanto por parte do consumidor quanto do fornecedor.²²¹

Efectivamente, o endividamento excessivo dos consumidores é uma ocorrência socioeconómica comum nas sociedades contemporâneas voltadas para o consumo. Era natural que o legislador contemplates diversos regimes jurídicos para lidar com esse fenómeno, variando em complexidade e alcance. Isso poderia incluir medidas como um plano de acção para mitigar o risco de inadimplência, um procedimento extrajudicial para regular situações de inadimplência e um processo especial para acordos de pagamento, visando evitar possíveis insolvências de uma das partes contratantes sem prejudicar a outra.

²¹⁸ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 157.

²¹⁹ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo*, cit. p. 106.

²²⁰ Vide mais adiante ponto 3.7.

²²¹ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, cit. p. 160.

2.5.3. Contrato de Consumo Em Especial

Depois de abordar as normas que regem os contratos de consumo, e dissertar em torno das regras que a ele se aplicam ou deveriam aplicar-se, torna-se essencial conduzir uma análise mais detalhada do regime específico aplicável a esses contratos. Este é um ponto central ao qual nos comprometemos a examinar, considerando a prática comercial e as características contratuais envolvidas.

A análise dos contratos de consumo requer a avaliação simultânea tanto das regras jurídicas gerais que os regem (contratos de consumo em geral) quanto dos diferentes tipos específicos de contratos (contratos de consumo em particular)²²².

Por um lado, tendo como contraparte natural um empresário, os contratos de consumo são frequentemente também, *ex definitione*, verdadeiros contratos comerciais. Com efeito, constitui um dado insofismável que a esmagadora maioria dos contratos consumeristas correspondem hoje a negócios celebrados entre empresários e consumidores: como é sabido, uma boa parte dos contratos é celebrada entre uma empresa – creditícia, seguradora, de investimento ou transportadora – e um consumidor – o cliente, o segurado, ou investidor ou transportado. Isso explica que uma boa parte de contratação de consumo se integra ou reconduz a alguns dos principais tipos ou famílias de contratos comerciais, tais como os contratos bancários, os contratos de seguro, os contratos financeiros, os contratos de transporte, encontrando no regime jus comercial geral destes últimos.

Esta ligação tendencial entre os contratos comerciais e de consumo – quase se de duas faces de uma mesma moeda se tratasse no mundo da moderna contratação mercantil em massa – explica assim que o estudo de alguns destes contratos releve simultaneamente das normas juscomerciais gerais e das normas juscomerciais especiais: assim sucede, apenas para um exemplo, com o contrato de crédito ao consumo²²³.

Por outro lado, o regime jurídico das relações de consumo tem natureza abstracta, e não causal, no sentido em que é apto a aplicar-se a uma pluralidade indeterminada

²²² ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, Revista da Ordem dos Advogados, Lisboa, 2018, p. 126.

²²³ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. pp. 126-127.

de contratos do direito civil ou comercial comum, não se confinando, à partida, exclusivamente a algum ou alguns deles em especial. Quer isto significar que, desde que estejam preenchidos os elementos (subjectivos, objectivos, teleológicos) característicos das relações jusconsumeristas, qualquer negócio jurídico, típico ou atípico, poderá constituir um contrato de consumo²²⁴.

Embora não haja normas específicas para a formação da maioria dos contratos de consumo e o princípio seja a ausência de modelos próprios para celebrar esses contratos, algumas peculiaridades são observadas. Essa categoria de contratos possui características distintas que, em determinadas situações, auxiliam na compreensão dos princípios do Código Civil relacionados a essa temática²²⁵.

O Código Civil consagra no art.º 405 o princípio da liberdade contratual, deixando a disposição das partes contraentes a prerrogativa de adoptar a substância dos contratos, escolher o modelo que melhor lhes convier ainda que não estejam especificamente regulados neste dispositivo e estabelecer comandos e regras que melhor acautelam os seus interesses, e, querendo nada impede que conjuguem no mesmo acordo, princípios de dois ou mais contratos por si diferentes.

De acordo com uma abordagem tradicional em Moçambique, a matéria da formação de contratos é estudada e regulamentada legalmente dentro do âmbito da teoria geral do direito civil²²⁶, com base no conceito de negócio jurídico e partindo do modelo predominante de proposta seguida de aceitação. Inicia-se com esse modelo, que é provavelmente o mais comum nos contratos de consumo, enquanto também se examinam as particularidades dos contratos de consumo em relação aos outros modelos de formação permitidos por lei ou decorrentes da prática negocial.

Aqui são estudados os contratos de consumo em especial que se traduzem nos contratos celebrados à distância, por intermédio das técnicas de comunicação que permitam o contacto sem a presença física das partes e os celebrados no domicílio ou equiparados a este, ao que chamamos adiante por contratos realizados fora do estabelecimento.

²²⁴ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. p. 127.

²²⁵ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 47

²²⁶ Neste sentido, FORGIONI, Paula Andrea, *Teoria Geral dos Contratos Empresariais*, 2ª Ed., Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, 2009, p. 214.

No entanto, nada veda que o empresário comercial seja detentor de um estabelecimento comercial físico, no qual constem os produtos que publicita pela via virtual de forma a que o potencial consumidor possa querendo, apreciar-los presencialmente e tendo interesse em contratar o faça à distância, com recurso ao uso do telefone, fax, e-mail ou outras formas de troca de correspondência²²⁷.

Da igual forma se procede em situações nas quais o consumidor se dirige ao estabelecimento comercial com o propósito de apenas obter informações a respeito do produto ou serviço comercializado, e posteriormente realize a negociação à distância. O exemplo clássico chamado doutrinariamente, é do consumidor que se propõe a adquirir uma máquina para o corte de grama, e por isso comparece a loja a fim de obter informação técnica sobre a instrumento e vem mais tarde a comprá-lo pela internet.

2.5.3.1. Proposta e seus Requisitos

Se uma declaração preenche diversos critérios ou características específicas, ela é considerada uma proposta contratual, e não há grandes discrepâncias na doutrina em relação a esses critérios. A proposta deve ser integral, precisa, clara e formalmente correcta²²⁸.

Assim, em primeiro lugar, a proposta deve ser completa e portadora de todos os elementos do negócio, por forma que uma vez recebida, baste apenas a declaração do destinatário em sentido positivo para que o contrato se considere celebrado. Este requisito não pode ser entendido de forma exagerada, ao ponto de se concluir que o proponente deve incluir na declaração uma solução para cada situação que possa decorrer da futura relação contratual. Não é expectável que todas as cláusulas que nortearam o contrato conste da proposta, sob risco de possuir um carácter exclusivamente de proposta de adesão.

Dado que o acto de aceitação não pode introduzir novas cláusulas contratuais, todas as cláusulas que ambas as partes (o proponente e o futuro aceitante) consideraram

²²⁷ LOPES, Alexandre Augusto de Oliveira, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, Academia.Edu, 2015, p. 12.

²²⁸ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português* – Vol. I – Parte Geral, Tomo I, 2005, p. 221.

essenciais para alcançar um acordo devem estar contidas na proposta – ou referidas nas declarações anteriores.^{229/230}.

Uma consideração importante é determinar se o preço, ao ser uma cláusula fundamental, deve ser incluído na proposta. A legislação apresenta critérios alternativos para estabelecer o preço quando ele não é especificado no contrato²³¹.

Nos contratos de consumo, a lei preocupa-se especialmente que o consumidor tenha conhecimento do preço antes da aceitação de uma proposta contratual.

Refere-se, a Lei de Defesa do Consumidor no n.º 1 do art.º 10, impõe ao fornecedor de bens ou prestador de serviços, durante a fase de negociação do contrato, a indicação de forma clara, objectiva e adequada do preço do bem ou serviço, podendo o consumidor, em caso de incumprimento deste dever, resolver o contrato nos termos do art.º 10, n.º 4 do referido dispositivo legal.

O Decreto n.º 41/2011 de 10 de Outubro, regula especificamente do problema da indicação do preço dos bens no comércio a retalho e em moeda nacional, estabelecendo que “todos os bens destinados as vendas a retalho devem exhibir o respectivo preço de venda ao consumidor, devendo a indicação ser feita em dígitos de modo visível, inequívoco, facial e perfeitamente legível, através da utilização de letreiros, etiquetas ou listas, por forma a alcançar-se a melhor informação para o consumidor”. (art.º 10, n.º 1 da Lei de Defesa do Consumidor).

Note-se que as regras específicas que estabelecem a obrigação pré-contratual de indicar o preço não podem ser usadas posteriormente pelo profissional que falhou em cumpri-las, omitindo o preço, para evitar que sua declaração seja considerada uma proposta contratual.

²²⁹ Essa declaração deve ser analisada com precaução, pois só podemos afirmar que há um contrato se o seu conteúdo for específico ou passível de ser concluído ou rescindido (conforme o artigo 219 e ss. do Código Civil). Portanto, mesmo que as partes acreditem que todos os pontos importantes para o acordo estejam abordados na proposta, esta não atende ao requisito de ser completa se não incluir todos os elementos necessários para definir o objecto do contrato no momento da sua realização ou posteriormente.

²³⁰ De qualquer forma, a questão precisa ser abordada através da interpretação, que determinará o valor da declaração negocial por meio dessa operação jurídica. Isso é entendido como crucial para a resolução do problema, sustenta DE ALMEIDA, Carlos Ferreira, *Contratos*, Vol. I, cit., p. 116.

²³¹ Cfr. os arts.º 883 do Código Civil, no contexto de compra e venda, e 1211 referente a empreitada, há uma menção explícita à possibilidade de “as partes não determinarem ou convencionarem certos elementos. Portanto, a proposta é considerada completa mesmo que não contenha esse elemento específico”.

Nesse caso, os critérios supletivos mencionados são aplicados, sem prejuízo das penalidades civis e administrativas que o profissional pode enfrentar.

A proposta também deve ser precisa²³², com o objectivo de evitar dúvidas sobre a formação e conteúdo do contrato após a aceitação, sem excluir a possibilidade de considerar alternativas que possam ser resolvidas pela escolha simples do destinatário²³³.

As propostas têm de ser precisa e demonstrar uma vontade inequívoca de estabelecer um contrato, de forma que sua aceitação leve à formação do acordo. Esta exigência não deve ser excessiva, mas essencialmente requer uma declaração completa e formalmente precisa que o proponente não tenha indicado explicitamente ou implicitamente como uma proposta contratual.

Esse requisito não pode ser utilizado pelo declarante como uma maneira de garantir sua palavra final, após a declaração da contraparte. Isso é particularmente relevante nas relações de consumo, onde é comum que o profissional, após a aceitação da proposta pelo consumidor, invoque o argumento de que reservou o direito de ter a última palavra quanto à celebração do contrato. Se a situação se tratar de uma proposta, o contrato é formado com a aceitação²³⁴.

Por último, a proposta deve adoptar a forma necessária para o contrato. Como mencionado anteriormente, a forma geralmente é flexível, mas se o contrato exigir forma escrita por lei, a proposta também deve seguir essa forma, incluindo a assinatura do proponente.²³⁵

É importante notar que, nos contratos de consumo, especialmente aqueles sujeitos a uma forma específica, o valor de uma declaração negocial completa que não atenda a essa forma se assemelha muito a uma verdadeira proposta. Isso ocorre porque a forma geralmente é exigida para proteger o consumidor, e o profissional tem pouca margem para recusar a celebração do contrato quando a forma legalmente exigida não é observada. Em tais

²³² O artigo 233 do Código Civil, tratando de contrapropostas, estipula que, se a alteração for suficientemente clara, ela é considerada como uma nova proposta.

²³³ São citados dois exemplos: o primeiro envolve uma máquina de café que, embora pronta para receber aceitações de propostas de contrato, ainda oferece opções como café curto ou longo e a quantidade de açúcar. O segundo exemplo diz respeito a uma proposta de compra e venda de um computador direccionada a uma pessoa específica, na qual se estabelece que o preço pode ser pago integralmente ou em prestações, sem juros, deixando ao aceitante a escolha entre uma das opções.

²³⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 47.

²³⁵ Nos casos em que uma das declarações precise seguir uma forma especial, como indicado nos artigos 410, n.º 2, e 1143, final, ambos do Código Civil.

casos, a falta de observância da forma legalmente exigida pode ser invocada apenas pelo consumidor, conforme é prática comum no direito do consumo.

2.5.3.2. Proposta e Convite para Contratar

O convite para contratar é distinto da proposta contratual porque possui requisitos diferentes dos analisados anteriormente. A declaração pode não ser completa, pois podem faltar elementos que o emissor ainda considere necessário negociar, ou pode não ser formalmente adequada para a celebração do contrato.

Além disso, é possível que o emissor indique na própria declaração que esta não deve ser interpretada como uma proposta contratual, através de um protesto²³⁶. Em geral, a sua admissibilidade não pode ser questionada, mas especialmente nas relações de consumo, é necessário interpretar a declaração do profissional, considerando o valor do protesto apenas se o objectivo não for apenas conceder-lhe uma última palavra sobre a celebração do contrato, impedindo assim que o consumidor tenha o direito potestativo resultante da proposta de aceitar e celebrar o contrato.

O convite para contratar não é uma declaração integrante e não faz parte de um contrato posterior, embora os seus efeitos possam ser diversos e mais abrangentes através da aceitação. Além de poder gerar responsabilidade pré-contratual, o seu conteúdo pode constituir uma parte significativa do conteúdo de um contrato futuro celebrado após a sua emissão.

Na hipótese em que existe um convite para contratar que é completo, preciso, firme e formalmente adequado, mas não é considerado uma proposta porque o emissor não o pretendia como tal, seguido de uma proposta da outra parte que não modifica em nada o conteúdo, e então há uma aceitação subsequente por parte do emissor do convite; nesse caso, o conteúdo do contrato, na medida em que não precisa ser complementado por normas legais ou práticas comerciais, pode ser totalmente encontrado no convite para contratar²³⁷.

Em muitas transacções de consumo, o contrato é formalizado após o consumidor solicitar um orçamento, o que geralmente é considerado um convite para contratar, já que o consumidor mantém o direito de aceitar a proposta contida no orçamento. A elaboração do

²³⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 53.

orçamento em si pode constituir um contrato independente, especialmente se houver um custo associado, resultando de uma proposta feita pelo profissional e aceita pelo consumidor. Nesse caso, o objectivo do contrato é a elaboração de uma proposta para formalizar o contrato ao qual o orçamento se refere²³⁸.

2.5.3.3. Proposta ao Público

Refere-se a uma forma de proposta contratual caracterizada pela falta de destinatários específicos. As declarações podem ser receptícias, quando há um ou mais destinatários identificados, ou não receptícias, quando não há destinatários determinados, sendo a proposta ao público um exemplo dessa última categoria²³⁹.

A proposta ao público difere do convite para contratar pelo facto de ser uma declaração negocial completa, clara, definitiva e totalmente apropriada, sendo suficiente a aceitação do destinatário para formalizar o contrato. Além disso, não deve ser confundida com a proposta direccionada a pessoa desconhecida ou de localização incerta, uma vez que, nesta última, existe um local específico, embora o proponente não possa contactar a pessoa em questão²⁴⁰.

É uma prática bastante difundida devido ao actual sistema económico, onde o objectivo é celebrar o maior número de contratos em um curto espaço de tempo. A maioria dos contratos de consumo é estabelecida após o consumidor aceitar uma proposta ao público feita pelo profissional²⁴¹.

Entretanto, o proponente não pode limitar o destinatário de uma proposta de maneira que isso resulte em violação do princípio da igualdade ou de qualquer forma de discriminação proibida. Embora esse assunto não esteja restrito apenas às relações de consumo, é especialmente significativo nelas.

²³⁸ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 54.

²³⁹ CORDEIROS, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português* – Vol. I – Parte Geral, Tomo I, cit., p. 557.

²⁴⁰ Diferentemente da discussão que se coloca em diversas realidades jurídicas, a problemática do objecto e a proposta ao público encontram previsão legal no ordenamento jurídico moçambicano. V. art.º 230, n.º 3 CC.

²⁴¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 55.

O princípio da igualdade está actualmente garantido no artigo 35 da Constituição da República de Moçambique, que proíbe a discriminação “com base na ascendência, sexo, raça, língua, território, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação económica, etc.”. Em certas circunstâncias, é possível que esta norma constitucional se aplique também com certas particularidades²⁴².

A proposta ao público pode ser direccionada para a celebração de um único contrato ou de vários contratos. No último caso, surge a discussão sobre a sequência a ser seguida se o proponente não tiver bens ou serviços suficientes para atender todas as declarações de aceitação que possam ser emitidas. Não há uma resposta única para esse caso, pois em qualquer contrato, se o bem ou serviço estiver disponível para a contraparte, o profissional é obrigado a fornecê-lo, não podendo alegar sua indisponibilidade. Nos contratos em estabelecimentos autónomos em que o bem ou serviço não está disponível no momento, o contrato é celebrado sob condição resolutiva²⁴³.

Em outros contratos em que o bem não está visível, geralmente o profissional também deve ser obrigado a entregar a coisa ao comprador: se for um item específico, a propriedade é transferida por mero efeito do contrato, a menos que haja uma convenção em contrário (conforme o artigo 408, número 1 do Código Civil); se for um item genérico, a prestação é exigível até que todos os itens incluídos no género acordado sejam extinguidos²⁴⁴.

Também é característico da proposta ao público o uso de meios que permitam o contato com o público. Existem muitos meios pelos quais uma declaração pode ser divulgada, podendo ser em formato electrónico (computadorizado ou não) ou físico, e os bens ou serviços podem ou não estar fisicamente presentes. Além das estratégias de *marketing*, como anúncios em jornais, televisão ou internet, ou o envio de catálogos, é especialmente relevante, no contexto da discussão sobre sua natureza jurídica, a exposição de bens em vitrines ou prateleiras de estabelecimentos comerciais²⁴⁵.

²⁴² Neste sentido JUSTINO, Felizberto Justino, *O Regime Jurídico do Acesso a Justiça Constitucional Moçambicana - Em Fiscalização Concreta a Luz da Constituição de 2004*, Maputo, Editorial Fundza, 2018, p. 47.

²⁴³ CARVALHO, Jorge Morais, Os Contratos de Consumo, *Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado*, cit., p. 58.

²⁴⁴ Quanto a esta posição, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., p. 58, discorda do ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos*, Vol. I, cit., 122.

²⁴⁵ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos*, Vol. I, cit., 120.

A determinação da natureza da declaração expressa externamente pela exposição de bens em vitrines ou prateleiras deve ser avaliada individualmente em cada situação. No entanto, é importante destacar que se a declaração contiver todos os elementos essenciais para ser considerada uma proposta, e apenas a aceitação for necessária para formalizar o contrato, então a declaração deve ser considerada uma proposta ao público²⁴⁶.

Essencialmente, essa conclusão geralmente se aplica a todos os contratos, embora haja situações em que um comerciante pode protestar, como indicando que os produtos não são destinados ao consumo ou não estão disponíveis para venda. No entanto, se o objectivo do protesto do comerciante for apenas ter a palavra final na celebração do contrato, isso não deve prevalecer, impedindo assim o consumidor de exercer seu direito potestativo de aceitar a proposta e, portanto, concluir o contrato²⁴⁷.

Uma modalidade de contratação que é eficaz tanto para a celebração de contratos em geral quanto para os de consumo em particular é o leilão. Se o proponente é o vendedor ou o prestador de serviços, o contrato é estabelecido com a aceitação de cada licitante, com a condição suspensiva de não haver uma oferta mais alta. Por outro lado, se o proponente é o comprador, o contrato é estabelecido se o vendedor (ou prestador de serviços) decidir aceitar sua proposta, o que depende das condições estabelecidas na apresentação do leilão²⁴⁸.

2.5.3.4. Aceitação

A declaração direccionada ao proponente expressa concordância com todos os elementos relevantes do contrato proposto, resultando na celebração do contrato. Geralmente, espera-se que a proposta seja resumida em uma única palavra, como “sim, aceito” ou similar. No entanto, é crucial que, após a proposta e aceitação, ambas as partes concordem com todas as cláusulas consideradas necessárias por qualquer uma delas. Assim como a proposta pode conter opções alternativas, a aceitação pode implicar uma escolha entre essas opções, conforme delineado na proposta²⁴⁹.

²⁴⁶ ASCENSÃO, José de Oliveira, *Direito Civil – Teoria Geral*, p. 94 e CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, cit., p. 559.

²⁴⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 59.

²⁴⁸ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos*, Vol. I, cit., 122 e 123.

²⁴⁹ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos*, Vol. I, cit., 124.

A aceitação não tem o poder de alterar os termos da proposta, seja ampliando ou restringindo seu alcance. Portanto, se o destinatário concordar com todos os aspectos da proposta, excepto um, isso não constitui aceitação da proposta²⁵⁰.

No entanto, se a modificação da proposta inicial for suficientemente precisa, ela pode ser considerada uma nova proposta, desde que não resulte em outro significado da declaração²⁵¹. Essa nova proposta é chamada de contraproposta e deve atender a todos os requisitos da proposta original para ser válida; não é suficiente que seja precisa²⁵².

A aceitação não precisa ser necessariamente pura e simples, como às vezes é enfatizado; pode ser feita sob condição suspensiva. No entanto, a eficácia do contrato depende da realização da condição enquanto a proposta estiver em vigor²⁵³.

A aceitação deve ser apropriada formalmente. Se o contrato requer uma forma específica, a aceitação deve obedecer a essa forma para ser válida. Se o contrato não exige uma forma específica, mas a proposta é feita com um certo nível de formalidade, é necessário interpretar se a intenção relevante da proposta foi exigir que a aceitação também siga a mesma formalidade²⁵⁴.

Em muitos contratos de consumo, é comum que a proposta feita ao público seja documentada por escrito, com a assinatura do proponente, embora não seja obrigatório que o consumidor aceite por escrito²⁵⁵.

A aceitação, assim como qualquer declaração, pode ser implícita. Isso ocorre nas situações descritas no artigo 274 do Código Civil, apesar da referência imprecisa a “dispensa de declaração de aceitação”²⁵⁶. O contrato é considerado concluído assim que o comportamento da outra parte demonstre a intenção de aceitar a proposta²⁵⁷.

²⁵⁰ Cfr. art.º 233 parte inicial do CC., “Aceitar uma proposta com aditamentos, limitações ou outras modificações implica na rejeição da proposta original”.

²⁵¹ Cfr. art.º 233 do CC *in fine*.

²⁵² CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português* – Vol. I – Parte Geral, Tomo I, cit. p. 561.

²⁵³ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 58.

²⁵⁴ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos*, Vol. I, cit., 125.

²⁵⁵ Não é crucial que a resposta obedeça as mesmas formalidades que a proposta. Há casos de proposta escrita e aceitação tácita ou verbal.

²⁵⁶ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português* – Vol. I – Parte Geral, Tomo I, cit. p. 559.

²⁵⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 64.

É importante reconhecer que a aceitação é implícita em situações como o consumo de um produto ou a utilização de um serviço, ou quando o contrato é iniciado através do pagamento do preço ou de qualquer outra prestação^{258/259}.

Em estabelecimentos que operam em um sistema de autoatendimento, quando há uma proposta ao público, a declaração de aceitação geralmente é implícita. Isso ocorre quando o consumidor apresenta o produto no caixa para pagamento, ou realiza uma operação que torna praticamente impossível não aceitar a proposta, como abastecer o carro com combustível ou fazer um pedido específico em um supermercado que tornaria o produto inadequado para venda posterior²⁶⁰.

Em várias situações, o comportamento que indica aceitação da proposta pode constituir um acto ilícito por parte do aceitante, pois revela sua intenção de não cumprir com a prestação, especialmente através da não realização do pagamento. Isso ocorre quando alguém entra em um meio de transporte público sem pagar a passagem ou sem possuir um título válido. Além do pagamento da passagem, resultante da celebração do contrato, o infractor pode ser obrigado a pagar uma multa²⁶¹.

2.5.4. Referência as Práticas Comerciais

Neste estágio, realiza-se a descrição de diversas actividades comerciais, seguida de uma avaliação das leis que se aplicam ao processo de estabelecimento de contratos de consumo, com base na conduta comercial adoptada pelo profissional.

²⁵⁸ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos*, Vol. I, cit., 125 e 126.

²⁵⁹ Refere-se aos casos que ocorrem com frequência em prateleiras de lojas ou supermercados em que se encontra exposta uma revista ou livro com a clara informação de “não folhar”, ou ainda uma secção de cosméticos e perfumaria em que se depara expressamente a informação segundo a qual “proibido borrifar”. Tanto para o primeiro, quanto para o segundo caso ou situação, a actuação contrária do consumidor a orientação estabelecida pelo proponente – profissional, há de significar aceitação tacita da proposta ora emitida. Ao folhar ou ler a revista ou o livro, e ao experimentar o perfume, o consumidor se coloca na situação de se seguida executar a sua prestação através do pagamento.

²⁶⁰ ASCENSÃO, José de Oliveira, *Direito Civil – Teoria Geral*, cit. p. 458.

²⁶¹ Cfr. art.º 129 e 134 do Regulamento de Transporte em Veículos Automóveis e Reboques, aprovado pelo Decreto n.º 35/2019 de 10 de Maio.

Não se pode falar, com plena propriedade, dos contratos de consumo como um sector autónomo ou uma “classe” específica de contratos, nem tão pouco pretender proceder a uma inventariação exaustiva dos mesmos²⁶².

Doutrinariamente, apontam-se como as principais figuras contratuais do mundo do consumo, ou seja, alguns tipos legais ou sociais de contrato que maior frequência ou relevo possuem no domínio das relações consumeristas os seguintes²⁶³:

- Os contratos de compra e venda de bens de consumo;
- Os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial;
- Os contratos à distância;
- Os contratos electrónicos B2C²⁶⁴;
- Os contratos de prestação de serviços públicos essenciais;
- Os contratos de crédito ao consumo, e
- Os contratos turísticos.

São objecto de estudo, pelos motivos já evocadas na justificativa do trabalho, apenas os contratos celebrados à distância e os contratos celebrados fora do estabelecimento, sem prejuízo de sempre que necessário para elucidar e enriquecer o estudo, “lançar mão” aos demais tipos contratuais de consumo.

²⁶² ALMEIDA, Carlos Ferreira de, **Direito do Consumo**, 2005, cit. p. 44 e ss.

²⁶³ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. pp. 127-128.

²⁶⁴ Neste sentido, ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. p. 147, sustenta que “designam-se genericamente por contratos electrónicos B2C (“B2C e-contracts”), também denominados contratos de consumo electrónicos, os contratos celebrados por via electrónica entre um empresário e um consumidor”. Ainda no mesmo sentido, ASCENSÃO, José de Oliveira, *A Sociedade Digital e o Consumidor*, In: VIII “Direito das Sociedades de Informação”, 2009, pp. 123-153.

CAPÍTULO III: TRATAMENTO DO MATERIAL EMPÍRICO

3.1. Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento e o Direito de Arrependimento

3.1.1. Contratos Celebrados à Distância

A matéria dos contratos celebrados à distância não encontra consagração expressa no direito moçambicano²⁶⁵. Algum esforço legislativo verificou-se com a aprovação da Lei n.º 3/2017 de 9 de Janeiro, a Lei de Transacções Electrónicas, que regula o comércio electrónico no geral e o Governo Electrónico²⁶⁶.

Com o aumento significativo da utilização de métodos de comunicação à distância, o que resultou em contratos à distância se tornando uma parte substancial do mercado global, houve uma demanda por um novo quadro legal que estabelecesse regras específicas para esse tipo de contratação, ampliando e fortalecendo a protecção do consumidor no ordenamento jurídico.

Um contrato à distância refere-se a um acordo entre um comerciante e um consumidor, que envolve a entrega de bens ou a prestação de serviços, realizado dentro de um sistema organizado de comércio à distância, sem a presença física simultânea das partes contratantes²⁶⁷.

Os contratos celebrados à distância podem ser entendidos como uma modalidade especial de contratos negociados fora do estabelecimento comercial, caracterizados por uma particular forma de contratação decorrente de as partes não se encontrarem presentes fisicamente no momento da celebração do contrato, como é habitual no comércio tradicional, não tendo o consumidor qualquer contacto prévio com o produto ou serviço²⁶⁸. Pode até suceder que o fornecedor se encontre situado em país estrangeiro,

²⁶⁵ Neste sentido CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 120.

²⁶⁶ Portanto, como veremos mais adiante, as celebrações de contratos à distância vão para além do recurso a meios electrónicos de comunicação como o telefone, a rádio e a televisão.

²⁶⁷ CORREIA, Miguel Pupo, *Contratos à Distância: Uma Fase na Evolução da Defesa do Consumidor na Sociedade de Informação?* In: 4 “Estudos de Direito do Consumidor”, 2002, pp. 165-180.

²⁶⁸ RODRIGUES, Cunha, “*As novas fronteiras dos problemas do consumo*”, Estudos do Direito do Consumidor, Centro de Direito do Consumo, Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, Coimbra, 1999, p. 49.

desconhecendo o consumidor a entidade com quem contrata. Nestes contratos, tanto a proposta do contrato como a aceitação, são realizadas através de um meio de comunicação à distância²⁶⁹.

A partir desta nota comum, o conceito jurídico dos contratos celebrados à distância abrange diversas modalidades comerciais, consoante o meio de comunicação à distância utilizados pelas pequenas empresas fornecedoras dos bens ou serviços para realizar as suas ofertas. Assim, sob a qualificação legal de contratos à distância, compreendem-se as actividades desenvolvidas através de métodos comerciais como por exemplo: correio, telefone, televisão ou internet²⁷⁰.

A característica essencial dos contratos celebrados à distância reside na utilização exclusiva, pela empresa fornecedora, de uma ou mais técnicas de comunicação à distância na formação e na conclusão do contrato para a comercialização dos seus produtos como sistema de vendas ou prestação de serviços à distância²⁷¹.

Não se encontrando disposição suficiente para discutir a questão, ao nível do ordenamento jurídico moçambicano um regime jurídico próprio, socorremo-nos do Decreto-Lei n.º 24/2014 de 14 de Fevereiro, que revogou o Decreto-Lei n.º 143/2001, de 26 de Abril, do direito português, que define no art.º 3, al. h), contrato celebrado à distância como “um contrato entre o consumidor fornecedor de bens ou prestador de serviços sem a presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda e prestação de serviços organizado para o comércio à distância até a celebração do contrato, incluindo a própria celebração”. O conceito trazido pelo regime anterior, definia no art.º 2, contrato celebrado à distância como “qualquer contrato relativo a bens ou serviços, celebrado entre um fornecedor e consumidor, que se integre num sistema de venda ou prestação de serviços à distância organizado pelo fornecedor, que, para esse contrato, utilize exclusivamente uma ou técnicas de comunicação à distância até a celebração do contrato incluindo a própria celebração, e técnica de comunicação à distância como “qualquer meio que, sem a presença física e simultânea do fornecedor e do consumidor, possa ser utilizado tendo em vista a celebração do contrato”²⁷².

²⁶⁹ REBELO, Fernanda Neves, *O Direito de Livre Resolução no Quadro Geral do Regime Jurídico da Protecção do Consumidor*, cit., p. 12.

²⁷⁰ REBELO, Fernanda Neves, *O Direito de Livre Resolução no Quadro Geral do Regime Jurídico da Protecção do Consumidor*, cit. p. 12.

²⁷¹ Dada a constante evolução, não se torna possível apresentar uma enumeração exaustiva dessas técnicas, mas tão só a definição de princípios que abranjam todas as técnicas inclusive aquelas que são de escassa utilização.

²⁷² O conceito de “técnica de comunicação à distância” é definido pela lei como “qualquer meio que, sem a presença física e simultânea do fornecedor e do consumidor, possa ser utilizado para a celebração do contrato

3.1.1.1. Requisitos

Segundo esta definição, podemos identificar quatro critérios essenciais. O primeiro é que esse regime se aplica sempre que há um contrato estabelecido entre um fornecedor e um consumidor. Assim como ocorre nos contratos realizados fora do estabelecimento, os participantes dos contratos à distância são o empresário, seja pessoa física ou jurídica que detenha um estabelecimento comercial e actue dentro de sua actividade profissional, directamente ou por meio de um terceiro (fornecedor de bens ou prestador de serviços), e o consumidor, que é qualquer indivíduo que actue com fins que não estejam relacionados à sua actividade comercial, industrial, artesanal ou profissional. Um aspecto decisivo – e característica distintiva deste tipo de contrato – é que ele seja celebrado sem a presença física simultânea de ambas as partes contratantes, utilizando exclusivamente uma ou mais técnicas de comunicação à distância, tais como carta normalizada, catálogos, videotexto, telefone fixo, celular, mensagens gravadas, SMS, fax, e-mail, rádio, televisão, redes sociais, internet, entre outros.²⁷³

Além disso, esses contratos englobam qualquer acordo relacionado a bens ou serviços. No entanto, na definição fornecida, também é mencionada a necessidade de um sistema de vendas ou prestação de serviços. Portanto, em um sistema de vendas ou prestação de serviços, apenas podem ser celebrados contratos de compra e venda ou de prestação de serviços, excluindo-se qualquer outro tipo de contrato²⁷⁴.

Entretanto, parece-nos inadequado restringir a aplicação do decreto apenas aos contratos de compra e venda e de prestação de serviços, uma vez que a primeira menção feita na definição de contrato celebrado à distância é “qualquer contrato relacionado a bens e serviços”. Os contratos à distância que envolvem serviços financeiros não são especificamente regulamentados na legislação moçambicana, apesar de ser evidente sua ocorrência com frequência considerável.

entre as partes mencionadas”. Isso é especificado no artigo 3, alíneas c), f) e m) do Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de Fevereiro.

²⁷³ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. p. 134.

²⁷⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*, Almedina Coimbra, 2012, p. 121.

Sublinhe-se, todavia, que a equiparação legal genérica do investidor não profissional ao consumidor não é automática, devendo ser devidamente cotejada casuisticamente, quer com natureza jurídica económica de cada investidor (*maxime*, pessoa singular ou colectiva, objecto legal ou estatutário, natureza profissional ou não da actividade de investimento), quer com os bens e serviços financeiros concretamente prestados, quer ainda com a eventual sobreposição ou duplicação das esferas de protecção das normas jusmobiliárias e jusconsumeristas²⁷⁵.

O terceiro requisito estabelece a necessidade de o contrato estar integrado em um sistema organizado pelo fornecedor, o que não abrange, pois, um contrato pontual. Deste modo, para este efeito é necessário que o profissional tenha criado um sistema de contratação à distância próprio e que tenha revelado a sua disponibilidade para a celebração de contratos através desse sistema²⁷⁶.

Não basta, pois, que o contrato haja sido celebrado através de uma técnica de comunicação à distância, sendo ainda necessário que tal celebração haja ocorrido numa plataforma de negociação especialmente predisposta para o comércio à distância (por exemplo “*call centres*”, serviços de televendas, páginas da *web* permitindo efectuar transacções comerciais²⁷⁷.

Dentre as formas de contratação à distância, podemos individualizar aquelas celebradas por intermédio do fax, por via de um telefone e pelo recurso à internet. Todas essas figuras de contratação também podem ser designadas como formas de contratação electrónica²⁷⁸.

Portanto, quando um fornecedor disponibiliza uma página na internet para oferecer bens ou serviços, é considerado que ele estabeleceu um sistema de contratação à distância, da mesma forma ocorre com aquele que comercializa produtos através da televisão.²⁷⁹

²⁷⁵ Sobre a questão, vide ainda ANTUNES, José Engrácia, *Deveres e Responsabilidade do Intermediário Financeiro*, In: 56 “Cadernos do Mercado de Valores Mobiliários”, 2017, pp. 31-52.

²⁷⁶ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo*, cit., p. 121

²⁷⁷ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. p. 144.

²⁷⁸ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos* – Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa, 2009, p. 122.

²⁷⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo*, cit., p. 121

De acordo com a definição de SEBASTIÃO NOBREGA PIZARRO, o controle electrónico pode ser descrito como um contrato realizado sem a presença física das partes, no qual as suas respectivas manifestações de vontade são transmitidas por meio de equipamentos electrónicos de processamento e armazenamento de dados, interligados entre si²⁸⁰.

A próxima questão a ser considerada é determinar quais contratos devem ser realizados por meio de técnicas de comunicação à distância. Isso significa que devem ser considerados apenas os contratos que envolvem proposta e aceitação negocial, ou todos os contatos prévios que visam apenas promover os produtos ou serviços do fornecedor ou são iniciados pelo consumidor para obter informações sobre o bem, serviço ou empresa em questão? Esta questão não é clara com base no texto do dispositivo. No entanto, a palavra “utilize”, utilizada na definição, pode sugerir que apenas as declarações feitas pelo fornecedor estão em questão, pois, na forma como está inserida, pode ser interpretada como caracterizando o sistema de contratação organizado pelo fornecedor. Portanto, o sistema de contratação deve ser organizado pelo fornecedor para que apenas as técnicas de comunicação à distância sejam utilizadas²⁸¹.

Posto isso, podemos retirar o quarto e último requisito presente na definição de contrato celebrado à distância, sendo este o elemento que caracteriza efectivamente esses contratos. A utilização exclusiva de técnicas de comunicação à distância, sendo este o elemento que caracteriza efectivamente esses contratos. A utilização exclusiva de técnicas de comunicação à distância, em todas as fases de formação do contrato, tem como objectivo delimitar o âmbito de aplicação do diploma, como contraposição aos contratos parcialmente celebrados à distância²⁸².

Na Directiva 2011/83/EU, relativa aos direitos dos consumidores, que veio alterar a Directiva 93/13/CEE do Conselho e a Directiva 199/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e que revoga a Directiva 85/577/CEE do Conselho e a Directiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, a definição de contrato celebrado à distância não sofre alterações substanciais quanto ao seu conteúdo, verificando-se apenas alterações de redacção.

²⁸⁰ PIZARRO, Sebastião Nobrega, *Comércio Electrónico: Contratos Electrónicos e Informáticos*, Almedina, 2005, p. 73.

²⁸¹ CARVALHO, Jorge Morais, “*Prestação de Informações nos Contratos Celebrados à Distância*”, cit., p. 53.

²⁸² Neste sentido, DE MEDEIROS, Marta Nascimento Borges, *Os Contratos Celebrados à Distância no Decreto-Lei n.º 143/2011 e na Directiva 2011/83/UE*, Dissertação de Mestrado em Direito – Ciências Jurídicas e Forenses, Universidade Nova de Lisboa, 2013, p. 19. “Esses contratos referem-se àqueles em que apenas uma das declarações negociais é feita remotamente, ou quando a aceitação é feita dessa maneira”.

Assim, o art.º 2, do Capítulo I, relativo a “definições”, dispõe no seu n.º 7 que contrato celebrado à distância será “qualquer contrato celebrado entre o profissional e o consumidor, no âmbito de um sistema de vendas ou de prestação de serviços organizado para o comércio à distância, sem a presença física simultânea do profissional e do consumidor, mediante a utilização de um ou mais meios de comunicação à distância até ao momento da celebração do contrato, inclusive”²⁸³.

Dessa forma, em termos comparativos, pode-se concluir que a definição de contrato celebrado à distância, presente nos dois documentos mencionados, é bastante similar, mantendo os mesmos quatro requisitos que devem ser cumulativamente atendidos para que a situação seja considerada um verdadeiro contrato celebrado à distância. No entanto, a definição fornecida pela Directiva torna esses requisitos mais clarividentes, destacando a necessidade de ausência física simultânea do profissional e do consumidor, o que enfatiza o requisito de exclusividade no uso de meios de comunicação à distância, como já anteriormente mencionado.

Existem uma variedade considerável de meios de comunicação à distância. Entre eles, destaca-se o papel, que pode ser usado para envio ou distribuição de correspondência, seja por carta endereçada ou não, ou por catálogo. O telefone fixo e o celular possibilitam comunicação à distância entre indivíduos, seja por voz ou transmissão de dados, e cada vez mais, observamos o uso de mensagens escritas (SMS), um meio adequado para contratação. Rádio e televisão também são meios que permitem a emissão de declarações contratuais; tradicionalmente, esses meios permitiam apenas comunicação em uma direcção, mas a revolução tecnológica possibilitou a interactividade, permitindo a participação do ouvinte e do telespectador nos programas em questão. O correio electrónico, frequentemente mencionado como e-mail, é explicitamente mencionado no anexo I da Directiva como uma técnica de comunicação à distância, pelo menos em termos de seu estudo das implicações jurídicas: a Internet²⁸⁴.

Uma das características mencionadas na definição de técnica de comunicação à distância é a ausência física e simultânea das partes. No entanto, a lei é estritamente precisa nesse aspecto, já que essa condição não pode ser considerada como característica de uma

²⁸³ DE MEDEIROS, Marta Nascimento Borges, *Os Contratos Celebrados à Distância no Decreto-Lei n.º 143/2011 e na Directiva 2011/83/UE*, cit., p. 20.

²⁸⁴ Neste sentido CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., p. 126.

técnica de comunicação. Na verdade, as partes podem utilizar uma técnica de comunicação à distância mesmo estando fisicamente presentes no mesmo local. Por exemplo, um consumidor pode ir até o estabelecimento comercial de um profissional e, ao mesmo tempo, ligar para aceitar uma proposta anunciada na televisão. Nesse caso, não há dúvida de que o consumidor está utilizando uma técnica de comunicação à distância (o telefone), apesar de ambas as partes estarem fisicamente presentes ao mesmo tempo²⁸⁵.

Os contratos celebrados à distância são uma forma de comercialização de produtos e serviços que está a ganhar cada vez mais importância económica. Do ponto de vista do consumidor, esses sistemas de vendas oferecem a vantagem principal de tornar mais conveniente a realização do contrato no próprio domicílio ou no local de trabalho, evitando assim perdas de tempo. Também é de salientar a maior amplitude no horário de expediente das empresas que praticam esta modalidade comercial, chegando até, em alguns casos, a admitir pedidos ininterruptamente. Esta circunstância pode ser atractiva para os consumidores que não dispõem de tempo suficiente para se deslocarem aos estabelecimentos comerciais, dado que o seu próprio horário de trabalho coincide com o do comércio²⁸⁶.

Por outro lado, a contratação à distância pode acarretar potenciais riscos para o consumidor. Um desses riscos é a impossibilidade de examinar previamente o bem, o que pode resultar em produtos que não correspondem às expectativas do consumidor ou que apresentam defeitos e inconformidades em relação ao que foi contratado. Além disso, as técnicas de comunicação à distância frequentemente levam o consumidor a tomar decisões impensadas e precipitadas²⁸⁷.

Com efeito, sobretudo graças à padronização dos sistemas de distribuição comercial e à emergência de novas técnicas de comunicação e publicidade, verifica-se que os contratos de consumo são frequentemente negociados e concluídos em qualquer relação de imediação física e simultânea das partes contratantes. Hoje, vai sendo cada vez mais raro que a compra de um livro, de um produto alimentar, de uma viagem turística, de acções de uma empresa cotada, e de tantos outros bens ou serviços no mercado, implique a deslocação física

²⁸⁵ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 127.

²⁸⁶ REBELO, Fernanda Neves, *O Direito de Livre Resolução no Quadro Geral do Regime Jurídico da Protecção do Consumidor*, cit. p. 14.

²⁸⁷ REBELO, Fernanda Neves, *O Direito de Livre Resolução no Quadro Geral do Regime Jurídico da Protecção do Consumidor*, cit., p. 15.

do adquirente à sede da empresa produtora, distribuidora ou revendedora: de facto, a aplicação criativa de novas tecnologias de comunicação às transacções comerciais, vem tornando tal hipótese cada vez mais remota²⁸⁸.

Na perspectiva das empresas fornecedoras dos bens ou serviços, a utilização dos meios de comunicação à distância significa, desde logo, uma importante diminuição dos custos, pelo facto de poderem prescindir de um dos elementos mais gravosos neste sector, o estabelecimento comercial, entendido este como o local físico onde tradicionalmente se processa a venda ao público²⁸⁹.

3.1.1.2. Deveres de informação pré-contratual

Dada a óbvia vulnerabilidade do consumidor decorrente da posição que ocupa na relação contratual, é justificada a necessidade de estabelecer um conjunto de regulamentos legais que corrijam a assimetria de informação que surge entre o profissional e o consumidor²⁹⁰.

Essa vulnerabilidade é justificada, entre outras razões, pelo facto de o consumidor desconhecer a outra parte envolvida e pela impossibilidade de examinar e estar em contato com o objecto do contrato, o que o coloca em um risco muito maior do que o profissional. De facto, nada garante ao consumidor que a outra parte não tenha omitido certas informações para persuadi-lo de maneira enganosa a celebrar um contrato com um objecto diferente do que ele esperava, levando o consumidor a ter suas expectativas frustradas²⁹¹.

Isso estabelece um direito real à informação do consumidor, que é um dos elementos fundamentais do direito do consumo. De facto, a falta de informação dos consumidores é uma das principais causas de conflitos nas relações de consumo²⁹².

²⁸⁸ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. p. 142.

²⁸⁹ REBELO, Fernanda Neves, *O Direito de Livre Resolução no Quadro Geral do Regime Jurídico da Protecção do Consumidor*, cit., p. 15.

²⁹⁰ SOUSA, Alexandra José Nobrega Teixeira de, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento* – Dissertação de Mestrado com vista a obtenção do grau de Mestres em Ciências Jurídicas Forenses, Universidade Nova de Lisboa, 2015, p. 18.

²⁹¹ SOUSA, Alexandra José Nobrega Teixeira de, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados a Distância e Fora do Estabelecimento* – Dissertação de Mestrado com vista a obtenção do grau de Mestres em Ciências Jurídicas Forenses, cit., p. 18.

²⁹² CARDOSO, Elionora, *Lei de Defesa do Consumidor*, Coimbra Editora, Coimbra, 2012, p. 187.

O artigo 33, da Lei nº 3/2017, de 9 de Janeiro no seu n.º 1 estabelece que aquele que negocia com outra pessoa para a conclusão de um contrato, tanto nos actos preparatórios quanto na celebração do mesmo, deve agir de acordo com os princípios da boa-fé. Caso contrário, poderá ser responsabilizado pelos danos causados à outra parte de forma negligente”²⁹³.

As informações relacionadas à identidade do fornecedor, características essenciais do produto ou serviço, preço, custos de entrega, modalidades de pagamento, direito de rescisão, custos de utilização da comunicação à distância, prazo de validade da oferta, duração mínima do contrato em casos de fornecimento contínuo ou periódico constituem parte ou a totalidade da oferta do fornecedor, e o contrato resultante incluirá necessariamente essas cláusulas. Essa obrigatoriedade não foi sequer estabelecida pelo legislador antes de esboçar a prerrogativa de o consumidor poder livremente cancelar um contrato que seja celebrado sem a presença física e simultânea dos intervenientes, ou em lugar diferente de das instalações do profissional, nem na lei de transacções electrónicas e muito menos na Lei de Defesa do Consumidor e no seu Regulamento que são ainda mais remotos.

Portanto, as informações fornecidas pelo profissional devem atender aos requisitos de uma proposta contratual completa, precisa, firme e formalmente adequada²⁹⁴, resultando o contrato da simples aceitação do consumidor. Dessa forma, considerando o modelo de formação desses contratos, é compreensível que todas as informações fornecidas pelo profissional sejam partes integrantes do contrato.

A imposição desse conjunto de informações prévias é de extrema importância, pois permite ao consumidor ter plena consciência do que está adquirindo, podendo comparar com ofertas similares e escolher aquela que melhor atenda às suas necessidades²⁹⁵.

Observando essa lista de informações, é evidente que a preocupação não se limita apenas às características do produto ou serviço, mas também abrange o dever de informar o consumidor, que possui o direito de se arrepender. Isso permite que ele possa fazer contratos

²⁹³ Sobre o princípio da boa-fé, V. art.º 227 do CC.

²⁹⁴ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos*, 5ª Ed., Vol. I, Almedina, Coimbra, p. 99.

²⁹⁵ REBELO, Fernanda Neves, “*O Direito de Informação do Consumidor na Contratação à Distância*”, In *Liber Amicorum* Mário Frota, *A causa do Direito dos Consumidores*, Coimbra, Almedina, p. 132.

com pleno conhecimento do que está celebrando e dos direitos e responsabilidades que lhe são atribuídos²⁹⁶.

Entretanto, dentre todas as informações mencionadas, a serem prestadas ao consumidor por parte das empresas comerciais há duas que merecem destaque especial: a primeira é a identificação da firma e do ramo de actividade na qual actua e endereço físico para o exercício da actividade comercial, endereço da página virtual (de internet), o correio electrónico, as terminais telefónicas e outros mecanismos que possibilitem facilmente o contacto (alíneas a) e b) da Lei nº 3/2017, de 9 de Janeiro.

Porém, sobre o prazo de validade da oferta ou proposta contratual, merece uma crítica negativa, pois a seu respeito, efectivamente nada se estabelece. Fica-se apenas com a ideia de que o endereço do fornecedor é sempre necessário, sobretudo porque contrato celebrado à distância irá exigir pagamento antecipado, uma vez que as informações a serem fornecidas deverão assegurar que o consumidor tome a decisão, antes de realizar a transacção²⁹⁷.

No entanto, consideremos que a exigência de pagamento antecipado não deve ser o único critério para tornar obrigatória a informação prévia do endereço do fornecedor. Dado que se trata de um contrato celebrado sem a presença física e simultânea das partes, o consumidor se encontra em posição desvantajosa, pois não conhece a contraparte. Portanto, ter conhecimento dessa informação (endereço) contribuiria significativamente para a confiança e segurança contratual, já que permitiria ao consumidor entrar em contrato com o fornecedor para obter outros detalhes, por exemplo²⁹⁸.

No entanto, a imposição legal a ser assumida nos contratos electrónicos que resulta do n.º 3 do artigo 44 da Lei n.º 3/2017, de 9 de Janeiro é a de que eles devem conter conteúdos suficientes no que se referem as termos, condições e encargos inerentes a operação de transacção de modo a permitir que o consumidor tome a decisão devidamente ciente e informado antes de realizar o pagamento. O legislador optou neste artigo trazer a ideia de que a obrigação de informar impõe-se ao contrato e não ao fornecedor tanto que em inúmeras

²⁹⁶ OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, cit., p. 75.

²⁹⁷ Cfr. art.º 44, n.º 2 da Lei n.º 3/2017, de 9 de Janeiro.

²⁹⁸ Neste sentido v. REBELO, Fernanda Neves, *“O Direito de Informação do Consumidor na Contratação à Distância*, In *Liber Amicorum* Mário Frota, *A causa do Direito dos Consumidores*, cit., 132 e 133, e CARVALHO, Jorge Morais, *“Prestação de Informações nos Contratos Celebrados à Distância”*, cit., p. 85.

situações transcreve-se a obrigação de o contrato informar. Ora, em nosso posicionamento, sendo o contrato a expressão de vontade dos sujeitos, uma vez realizado pressupõe que o consumidor e o fornecedor tenham espelhado nele as suas intenções.

Desta forma os deveres de informações a serem concedidos ao consumidor são impostos ao comerciante que já as detém e precisam ser inicialmente repassadas ao consumidor, afim de que este possa decidir entre celebrar ou não o contrato. Nos moldes descrito, chega-se a ponto de imaginar que se está face a um contrato de adesão, prévia e particularmente construído pelo comerciante, na qual contenha informações sob as quais o consumidor deverá apenas conhece-las uma vez que constam do contrato para poder optar em efectuar a transacção.

Era sensato que o prazo de validade da oferta ou proposta contratual, fosse previsto, e se discutissem o alcance das expressões extremamente frequentes em matéria contratual como a “oferta”, pois esta não possui um significado unívoco no contexto jurídico²⁹⁹.

Para elucidar o assunto, é importante interpretar a palavra “oferta” como tendo o mesmo significado que a palavra “proposta”. Conforme observado por CARLOS ALBERTO FERREIRA, “com certa imprecisão, ocasionalmente utiliza-se a palavra “oferta” para se referir tanto à proposta quanto ao convite para contratar”³⁰⁰.

Essa cláusula deve ser interpretada como a exigência de o profissional especificar o período de validade da proposta de contrato. Portanto, “as informações pré-contratuais que devem ser fornecidas ao consumidor têm uma importância contratual directa, representando até mesmo a declaração contratual (proposta) emitida pelo fornecedor. Assim, as informações pré-contratuais se confundem com a proposta contratual”³⁰¹.

Para além das informações que devem ser fornecidas pelo profissional e não pelo contrato ao consumidor, elas precisam ser acessíveis em tempo útil e antes da celebração de qualquer contrato à distância, outra consagração que a lei não dispôs. Essa exigência decorre da importância que uma análise precisa e concreta dessas informações tem para formar a vontade do consumidor. Portanto, a antecedência em relação à celebração do contrato é um

²⁹⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo*, cit., p. 130.

³⁰⁰ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos*, 2012, cit. p. 103.

³⁰¹ Neste sentido, cfr. CARVALHO, Jorge Morais, *“Prestação de Informações nos Contratos Celebrados a Distância”*, cit., p. 94.

aspecto crucial desse regime, proporcionando assim ao consumidor tempo para avaliar a proposta contratual³⁰².

Não deve ser relevante o método pelo qual o consumidor toma conhecimento da proposta. O que importa é que, sempre que o fornecedor pretender contratar à distância, ele tenha o dever de apresentar uma proposta contratual que inclua todos os elementos mencionados³⁰³.

Apesar da existência desses dispositivos, ainda é válido analisar o artigo 227 do Código Civil. De acordo com este, as partes devem agir de acordo com o princípio da boa-fé desde o período anterior até o momento da celebração do contrato. Esta cláusula se aplica, como é sabido, à maioria dos contratos³⁰⁴.

A redacção deste artigo é suficientemente abrangente para ser aplicada aos “danos decorrentes da violação de todos os deveres (secundários) de informação, esclarecimento e lealdade que fazem parte do amplo espectro negociável da boa-fé”³⁰⁵.

De facto, a relação estabelecida entre as partes antes da formalização do contrato merece protecção legal, pois é nessa fase que ocorrem as negociações que levam à celebração do contrato. Durante esse período, é crucial que o profissional comunique todas as informações essenciais e necessárias para que o consumidor possa tomar uma decisão livre de vícios. De facto, é nessa fase pré-contratual que surge na esfera jurídica do consumidor a expectativa legítima de que o contrato será firmado e que o produto corresponderá às informações e esclarecimentos fornecidos pelo profissional, que está vinculado a uma verdadeira obrigação de fazer. Se o consumidor não for devidamente esclarecido e informado (por exemplo, devido à omissão de informações, informações insuficientes ou falsas), de acordo com o artigo 227 do Código Civil, ele terá direito a indemnização nos termos gerais³⁰⁶.

³⁰² CARVALHO, Jorge Morais de, *Os Contratos de Consumo*, cit., p. 133.

³⁰³ Vide PEREIRA, Alexandre Dias, “*Comercio Electrónico e Consumidor*” In EDC, n.º 6, 2004, pp. 341-376, nota 14.

³⁰⁴ SOUSA, Alexandra José Nobrega Teixeira de, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados a Distância e Fora do Estabelecimento*, cit., p. 19.

³⁰⁵ VARELA, Antunes, *Das Obrigações em Geral*, 10ª Ed., Vol. I, Almedina, Coimbra, 2000, p. 270.

³⁰⁶ DE SOUSA, Alexandra José Nobrega Teixeira, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento*, cit., p. 20.

Além das obrigações de informação e esclarecimento mencionadas, surge igualmente do princípio geral da boa-fé nas negociações a responsabilidade do profissional em fornecer informações precisas e verdadeiras³⁰⁷.

As informações fornecidas devem atender aos critérios de serem essenciais, compreensíveis, acessíveis e fornecidas em tempo hábil³⁰⁸.

Quando falamos em informações essenciais, estamos nos referindo àquelas informações sem as quais o consumidor não estaria disposto ou não optaria por celebrar o contrato. Um exemplo evidente desse requisito é a descrição das características do produto ou serviço a ser contratado. Em segundo lugar, as informações devem ser compreensíveis para o destinatário, ou seja, claras e facilmente entendidas. Podemos considerar um “consumidor padrão” activo e capaz ao avaliar isso, e FERNANDA NEVES REBELO propõe o uso do conceito de um consumidor médio.

O profissional não tem permissão para estabelecer níveis distintos de protecção ao consumidor e, ao fornecer informações, deve considerar as necessidades específicas e a vulnerabilidade do consumidor com quem está contratando, sempre que for razoável esperar que essas necessidades e vulnerabilidades existam³⁰⁹.

Em terceiro lugar, é fundamental que as informações sejam acessíveis ao consumidor, adaptadas às particularidades técnicas do meio de comunicação à distância. Por exemplo, na publicidade transmitida no rádio ou na televisão, as informações devem ser apresentadas de forma clara e audível, sem serem comunicadas muito rapidamente. Por fim, é crucial que as informações sejam fornecidas de maneira oportuna. Devem ser disponibilizadas antes da celebração do contrato à distância, com antecedência suficiente para que o consumidor possa analisá-las e tomar uma decisão informada³¹⁰.

A responsabilidade de informar o consumidor deve ser vista como uma forma de protecção da confiança, que pode ser analisada de duas maneiras: em primeiro lugar, ela promove uma confiança colectiva no mercado, contribuindo para uma imagem confiável que, por sua vez, impulsiona o crescimento do mercado, e, em segundo lugar, ela promove uma

³⁰⁷ REBELO, Fernanda Neves, *“O Direito a Informação do Consumidor na Contratação à Distância*, In Liber Amicorum Mário Fota: A Causa do Direitos dos Consumidores, Almedina, Coimbra, 2012, p. 123.

³⁰⁸ PINTO, Paulo Mota, *“Notas sobre a Lei n.º 6/99, de 27 de Janeiro-Publicidade Domiciliária, por Telefone e por Telecópia”*, In Estudos de Direito do Consumidor - n.º 1, Centro de Direito do Consumo, Coimbra, 1999, pp. 195 e ss.

³⁰⁹ REBELO, Fernanda Neves, *“O Direito a Informação do Consumidor na Contratação à Distância*, cit., p.134.

³¹⁰ REBELO, Fernanda Neves, *“O Direito a Informação do Consumidor na Contratação a Distância*, cit., p. 23.

confiança individual na esfera jurídica de cada consumidor, garantindo que o profissional age de acordo com as disposições legais estabelecidas³¹¹.

3.1.1.3. Formação dos contratos celebrados à distância

Não há um padrão único para a formação de contratos celebrados à distância. Esses contratos não requerem uma forma especial, embora a vulnerabilidade aumentada do consumidor, comparada a situações semelhantes, justifique tal medida. Primeiro, o consumidor pode não compreender completamente as consequências de sua decisão de contratar (por vezes, basta um clique para celebrar um contrato na internet); em segundo lugar, pode ter dificuldade em avaliar o bem ou serviço adequadamente; em terceiro lugar, o intervalo entre o pedido e a entrega pode ser prolongado (isso não se aplica a bens ou serviços fornecidos directamente pela técnica de comunicação); e, em quarto lugar, pode ser difícil contratar o profissional posteriormente³¹².

A separação física entre as partes envolvidas, uma característica desses tipos de contratos, juntamente com o desejo de promover e facilitar a contratação (por telefone ou pela Internet, por exemplo), sem impor barreiras, resulta na ausência de uma forma específica. Em vez disso, opta-se por uma abordagem alternativa, na qual uma série de obrigações é imposta ao profissional, antes, durante e depois da celebração do contrato, com o objectivo de garantir que o consumidor tome uma decisão informada ao contratar³¹³.

A disparidade significativa entre as técnicas de comunicação remotas resulta em uma variedade de modelos para a formação de contratos, embora eles sejam submetidos a um conjunto de regras geralmente unificado.

Embora não sejam exclusivamente as técnicas de comunicação à distância mencionadas, o texto se refere especificamente ao modelo de formação de contratos realizados por correspondência postal, um meio tradicionalmente utilizado para contratos à distância, bem como aos contratos estabelecidos por meio de televisão,

³¹¹ PINTO, Paulo Mota, “*Notas sobre a Lei n.º 6/99, de 27 de Janeiro-Publicidade Domiciliaria, por Telefone e por Telecópia*”, cit., p.p. 188-189.

³¹² OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, Coimbra, Almedina, 2002, pp. 28 à 30.

³¹³ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 136.

telefone e internet. Isso ocorre porque esses métodos possuem características próprias que são interessantes do ponto de vista jurídico³¹⁴.

3.1.1.4. Modalidades de contratos celebrados à distância

3.1.1.4.1. Contratos celebrados por correspondência postal

O uso do papel, especialmente em relação aos serviços de transporte organizados, é um dos aspectos mais significativos nos contratos celebrados remotamente. Um documento físico pode conter uma declaração contratual e, ao ser enviado pelos meios habituais de distribuição, satisfaz o requisito de distância.

Na venda por correspondência, o profissional envia propostas contratuais para aquisição de bens ou serviços através do correio. Essas propostas podem ser direccionadas a indivíduos específicos ou não, e em ambos os casos constituem formas de propostas contratuais (ou propostas ao público)³¹⁵.

Apesar de ocorrer ainda nos dias que correm, não se trata de uma realidade com frequência relevante a nível do ordenamento jurídico moçambicano visto que a própria entidade encarregue para a gestão de correspondência postal (A empresa Correios de Moçambique, E.P.) se encontra na fase de extinção, o Conselho de Ministros aprovou o Decreto n.º 32/2021, de 31 de Dezembro, instrumento pelo qual o Governo se desapega de um dos activos que mais gerava preocupação nas contabilidades públicas e delega ao Instituto de Gestão das Participações do Estado (IGEPE), a prerrogativa de executar a sua liquidação. Contudo, existem ainda algumas empresas que fornecessem serviços de correios, como por exemplo o Portador Diário, contudo, não regularmente adoptada para a troca de correspondências de igual natureza (proposta contratual), por se tratar de um veículo menos célere.

Porém, apesar de não ser frequente, nas vezes em que ela ocorre não encontra assim, qualquer mecanismo especial de regulação do contrato, sendo necessário para a sua protecção o recurso a lei genérica.

³¹⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 136.

³¹⁵ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual do Direito do Consumo*, cit., p. 145.

O encaminhamento de um registro escrito, seja para um indivíduo específico ou para um público em geral, constitui uma oferta de contrato – denominada oferta ao público no segundo caso – desde que contenha todos os elementos essenciais para a formação do contrato através da aceitação: portanto, a oferta deve ser completa, precisa, definitiva e formalmente apropriada³¹⁶.

Os catálogos têm sido historicamente utilizados como meio para concluir contratos, enviados pelos fornecedores para os endereços residenciais ou locais de trabalho dos consumidores, que por sua vez respondem preenchendo um formulário incluído no próprio catálogo. Quando este método é adoptado pelo fornecedor, é esperado que o conteúdo essencial do contrato esteja presente no próprio catálogo, geralmente próximo ao formulário que o consumidor precisa preencher ou em uma página que ele deve necessariamente visitar para fazer a encomenda, sem ser direccionado para outra área. As cláusulas devem ser redigidas em uma fonte legível e em uma cor que se destaque do fundo da página; estas directrizes são decorrentes da obrigação do fornecedor de fornecer informações de forma adequada ao meio de comunicação, sempre em consonância com o princípio da boa fé³¹⁷.

A tendência actual para a realidade moçambicana, consiste no fornecedor destacar determinados colaboradores que se dirigem às vias públicas, portando panfletos ou cartazes publicitários que visam divulgar os produtos ou serviços fornecidos pelo empresário afim de angariar uma carteira maior de clientes que em certos casos diante das aliantes promoções oferecidas celebram ou comprometem a celebrar um contrato oferecido.

Essa forma de comunicação à distância é considerada pouco intrusiva, uma vez que o consumidor tem a opção de ignorar o conteúdo da correspondência na sua caixa de correio. No entanto, apesar dessa possibilidade, é comum percebermos que, com frequência, nossa caixa de correio é inundada por uma grande quantidade de panfletos publicitários, muitas vezes não endereçados. Embora essa abordagem seja considerada pouco invasiva (uma vez que o consumidor não é obrigado a lê-la), ela ainda pode ser bastante incómoda, ao olhar pelo modo de insistência que se verifica com o distribuidor publicitário ao serviço do fornecedor³¹⁸.

³¹⁶ V. *supra* ponto 3.5.3.3.

³¹⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 139.

³¹⁸ SOUSA, Alexandra José Nobrega Teixeira de, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados a Distância e Fora do Estabelecimento*, cit., 14.

3.1.1.4.2. Contratos celebrados com recurso a televisão e rádio

Essas situações podem surgir após a visualização de um anúncio comercial ou durante a participação em programas de vendas, como os programas de televendas. Uma oferta contratual é apresentada através desses meios e, posteriormente, é aceita pelo consumidor, geralmente por telefone, embora também possa ser feita através de outros meios³¹⁹.

O artigo 23 do Decreto n.º 65/2004, de 31 de Dezembro que aprovou o anterior Código de Publicidade destacava os pressupostos da publicidade na rádio e da televisão e no seu número 1 estabelecia que elas devem passar em intervalos de programas ou entre um e outro programa.

O número 2 do artigo 24 vedava que na televenda estivessem incluídos os medicamentos cuja comercialização esteja dependente de autorização das entidades competentes, bem como a televenda de tratamentos médicos³²⁰.

A televenda devia no máximo evitar conteúdos capazes de incentivar menores a proceder com a aquisição de certo bem ou a subscrição de determinado serviço³²¹.

Existem diversas maneiras de fazer declarações comerciais na televisão, sendo as mais significativas as chamadas “televendas”, programas voltados para a venda de produtos ou serviços, e a publicidade veiculada durante o intervalo do restante da programação. É crucial que a natureza comercial da mensagem seja explicitamente indicada, de modo que durante um programa não comercial, qualquer elemento desse tipo seja claramente identificado. Além disso, no tempo dedicado à publicidade, não é permitido veicular mensagens comerciais disfarçadas sob conteúdo que aparente ser jornalístico, técnico ou científico³²².

O Decreto n.º 65/2004, de 31 de Dezembro veio mais tarde a ser alterado pelo Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto que veio a trazer determinadas alterações relativamente ao regime anterior, sem, contudo, estabelecer critérios objectivos de protecção

³¹⁹ SILVA, Fernando Nicolau dos Santos, “*Dos Contratos Negociados à Distância*”, In *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, n.º 5, Coimbra, 1996, pp. 45-58.

³²⁰ A mesma redacção foi mantida no n.º 2 do art.º 43 do Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto.

³²¹ Cfr. art.º 24, n.º 3 do Decreto n.º 65/2004, de 31 de Dezembro.

³²² CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 139.

do consumidor. O que se pode observar na nova norma, é basicamente a estipulação do período e momento em que os anúncios publicitários devem ir ao ar³²³.

O cerne da proposta deve ser apresentado durante a transmissão do anúncio publicitário. Deve permanecer disponível por tempo adequado para ser lido ou ouvido, não podendo ser brevemente exibido em rodapé, como algumas vezes ocorre; a fonte deve ser suficientemente grande para que um telespectador ou rádio-ouvinte comum, que tenha uma televisão ou aparelho radiofónico de tamanho padrão, consiga compreender; as imagens ou áudios mostradas simultaneamente também não devem prejudicar a leitura das informações.

Na televisão, os elementos de informação podem ser igualmente transmitidos oralmente, exigindo-se, neste caso, que sejam audíveis. A transmissão por voz de uma qualidade excessiva de informações num curto período de tempo também não preenche o requisito de clareza e de compreensibilidade exigidos. Estas últimas observações valem igualmente para as declarações emitidas por via radiofónica³²⁴.

O que na realidade sucede na maior parte das vezes, é que o conteúdo publicitário omite as informações essenciais do produto ou serviço e remete a que um contacto na qual o consumidor deverá recorrer caso pretenda buscar mais informações em torno do seu conteúdo. Verificam-se em tempos actuais a disponibilização de um código de barras no ecrã do televisor (*QR code*) que basta que se aponte nele com a câmara fotográfica de um celular inteligente com acesso a internet para que se tenha acesso a página comercial do fornecedor e encontre determinada informação adicional sobre a contratação e as respectivas formas de pagamento.

A celebração contratual através da rádio tem idênticas especificações que as com o recurso a televisão, distinguindo-se pelo facto de que nas segundas o consumidor sujeita-se a informação menos concisa ainda uma vez que sequer confronta-se com o conteúdo visual do anúncio publicitário, se limitando ao conteúdo auditivo o que reduz a dimensão a real ideia do objecto do produto ou serviço a consumir apesar de no anúncio se deixarem ficar os meios de contacto para a busca de maior e melhor informação.

³²³ Cfr. art.º 42 do Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto.

³²⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 139.

3.1.1.4.3. Contratos celebrados por telefone

Trata-se na nossa perspectiva da forma mais agressiva de contratação à distância, ao se oferecer ao consumidor um espaço de tempo consideravelmente reduzido para a tomada de decisão³²⁵.

Nessa situação, o consumidor está exposto a uma forma de comunicação à distância mais intrusiva, na qual pode receber chamadas oferecendo a compra de produtos ou serviços, e que emprega táticas de *marketing* bastante persuasivas, às quais muitas vezes o consumidor não consegue resistir³²⁶.

Actualmente, a tecnologia possibilita o envio de mensagens escritas, imagens ou vídeos, através dos quais contratos à distância podem ser celebrados, seja por meio de dispositivos móveis ou de telefones fixos. No entanto, ao utilizar o telefone, a transmissão de mensagens é feita oralmente, e poderia a legislação conter uma disposição específica para comunicações comerciais por telefone.

Em sede da legislação moçambicana, não encontramos em nossas pesquisas qualquer legislação que de forma objectiva consagre as regras de oferecimento de produtos ou serviços que tenham por origem a contratação por via telefónica³²⁷, contudo, são práticas que ocorrem já a tempo considerável e com tendências a crescer. Não poucas vezes, o consumidor se vê confrontado com chamadas telefónicas de voz, ou interpelação por via das redes sociais (*whatsapp, facebook, instagram, etc.*), em torno de oferta de produtos ou serviços sob os quais não planificou em adquiri-los e nem tem contacto físico com os mesmos. No entanto, apesar de essas plataformas digitais poderem ser acedidas pelo telemóvel, quando nos referimos a contratos celebrados pelo telefone, limitamo-nos sobre aqueles em que a proposta contratual seja emitida por chamada de voz, independentemente de tratar-se de telefone celular ou fixo.

Tal realidade, para além de colocar o consumidor numa condição de ter que decidir sobre a consumação do contrato em ambiente de determinada pressão, fã-lo antes de

³²⁵ Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito de Consumo*, cit., p. 149.

³²⁶ SOUSA, Alexandra José Nobrega Teixeira de, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento*, cit., p. 14

³²⁷ O Decreto n.º 44/2019, de 22 de Maio, aprova o Regulamento de Protecção do Consumidor do Serviço de Telecomunicações, visa regular não os contratos de consumo que se estabelecem entre o fornecedor e o consumidor com recurso aos meios de telecomunicação existentes e sim as relações materializadas entre o consumidor e os operadores de telecomunicação fixa ou móvel.

ter a real ideia sobre as características ou funcionalidades dos produtos ou serviços, uma vez que o contacto é literalmente virtual.

A obrigação de revelar a identidade do fornecedor e o propósito comercial da chamada no início não elimina a necessidade de comunicar o conteúdo mínimo do contrato. De fato, as comunicações telefónicas resultam em uma vulnerabilidade especial do consumidor, exigindo uma explicação mais detalhada por parte do profissional sobre as cláusulas da proposta.

A razão para fornecer essas informações no início da chamada é devido à natureza agressiva, embora legal, desse método de contratação, permitindo ao consumidor recusar imediatamente ou estar preparado para uma proposta durante a ligação. Além disso, os requisitos de clareza e compreensibilidade exigem que o profissional explique as cláusulas propostas de forma que o consumidor as compreenda completamente³²⁸.

Para que se configure a celebração do contrato, é necessário que o consumidor aceite formalmente por escrito o contrato previamente acordado por telefone. Essa exigência constitui uma exceção ao disposto no artigo 219 do Código Civil. Somente após o cumprimento desse requisito formal de aceitação é que o consumidor fica obrigado. Caso contrário, se houver desrespeito pela forma legal exigida, o contrato será considerado nulo, conforme previsto no artigo 220 do Código Civil³²⁹.

3.1.1.4.4. Contratos celebrados através da internet

Contratos *online* referem-se a todos os acordos feitos por meio da internet, especialmente aqueles realizados em *websites*, onde os produtos ou serviços são apresentados visualmente e o consumidor pode comprá-los de forma conveniente. Isso requer que o consumidor faça uma declaração electrónica concordando com os termos e, geralmente, não há possibilidade de alterar as cláusulas após isso.³³⁰

³²⁸ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 140.

³²⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito de Consumo*, cit., pp. 148-149.

³³⁰ SILVA, Delimina de Assunção Costa Sousa e, “*Contratos à Distância: O ciberconsumidor*”, In Estudos do Direito do Consumidor – n.º 5, Centro do Direito do Consumo, Coimbra, 2002, p. 435.

Embora o comércio electrónico possa abranger qualquer tipo de transacção comercial de bens ou serviços usando meios electrónicos ou informáticos – como contratos feitos por telefone ou fax –, a terminologia se refere especificamente aos casos em que um computador é utilizado, principalmente a internet³³¹.

Portanto, são abordados os contratos realizados via correio electrónico, em fóruns de discussão ou em sites colocados *online*. Este aspecto focaliza-se principalmente na última forma de contratação, visto que é a que apresenta os desafios legais mais pertinentes, especialmente em relação à potencial dispersão geográfica dos envolvidos³³².

Antes de tudo, é importante salientar que qualquer contrato estabelecido pela Internet entre um profissional e um consumidor é automaticamente considerado um contrato celebrado à distância. A internet é amplamente reconhecida como uma forma de comunicação remota e é uma das mais utilizadas para transacções comerciais. No contexto da legislação de Moçambique, a Lei n.º 3/2017, de 9 de Janeiro é aplicável, abrangendo as transacções electrónicas, o comércio electrónico e o Governo electrónico³³³.

Os acordos feitos pela internet estão em ascensão, oferecendo a oportunidade de comprar produtos e serviços de diversas origens a preços competitivos, o que promove a formação de um mercado global e auxilia os fornecedores a expandir seu alcance e atrair uma base de clientes mais ampla e diversificada. No entanto, apesar das vantagens evidentes, essa forma de comunicação à distância também apresenta desafios, como será discutido posteriormente³³⁴.

³³¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 141.

³³² GUIMARÃES, Maria Raquel, “*Algumas Reflexões sobre o Pagamento com Cartão de Crédito ou de Débito no Âmbito da Contratação Electrónica*”, In Temas de Direito da Informática e da Internet, Coimbra Editora, Coimbra, 2004, p. 171.

³³³ Só para se ter uma ideia da forma precária e pouco interessada como a questão do comércio electrónico é tratada ao nível do ordenamento jurídico moçambicano, o legislador optou em na mesma lei regular três matérias (Transacções Electrónicas, Governo Electrónico e o Comércio Electrónico), este último em apenas um Capítulo (o Capítulo V) entre os arts.º 33 a 46. Remete-nos a ideia de que o legislador apenas enquadró a questão do comércio electrónico na Lei da Transacções Electrónicas porque até a altura o vazio legal era enorme, uma vez que não existia até tempos muito recentes, ano de 2017 qualquer dispositivo que de forma clara rege-se a matéria, mesmo que essas práticas e formas de comercialização já ocorram a tempo considerável. De forma diferente é tratada a temática no ordenamento jurídico português, que através do Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de Janeiro estabeleceu o Regime do Comércio Electrónico, com o âmbito subjectivo de aplicação mais amplo, uma vez que não regula apenas relações jurídicas de consumo.

³³⁴ Sobre o assunto, OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, cit., p. 23. No mesmo sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., pp. 149 e ss.

Actualmente, a internet é empregada para concluir contratos. Os prestadores de serviços inserem suas propostas em um ambiente virtual, disponível globalmente e a qualquer momento³³⁵, disponibilizando-se a contratar nas condições previstas, sem nenhuma ou com muito pouco possibilidade de negociação por parte dos destinatários da declaração.

Portanto, é crucial que os dados estejam disponíveis de maneira acessível. Antes de o cliente fazer a sua encomenda, ao clicar no *link* correspondente, deve encontrar um texto claro e fácil de entender que inclua todos os elementos essenciais exigidos por lei. Estes detalhes não devem estar ocultos em um contrato excessivamente longo, que não seja necessário para o cliente ler, especialmente quando o contrato não é complexo e o valor da transacção não é significativo³³⁶.

Apenas é requerido que o profissional transmita a mensagem de acordo com as condições estipuladas, porém não é possível garantir que o consumidor realmente tome conhecimento dos elementos essenciais. Independentemente da técnica de comunicação empregada, a postura do consumidor não pode ser inteiramente passiva³³⁷.

Nesse tipo de acordos, busca-se determinar o momento exacto em que o contrato é formalizado. A Lei n.º 3/2017, de 9 de Janeiro, não aborda essa questão especificamente, restringindo-se ao artigo 33, n.º 2, que estabelece que “a menos que haja um acordo diferente entre as partes, o vendedor deve entregar o bem ou fornecer o serviço dentro de 30 dias a partir do dia seguinte à transmissão feita pelo comprador”³³⁸. O que equivale a dizer que o acordo só se vai considerar em fase de execução após a confirmação de realização do pagamento pelo consumidor, e sob a referida data acrescem-se um mês para que seja feito o fornecimento do bem ou tenha começo a prestação dos serviços, caso as partes não tenham convencionado de maneira distinta.

De facto, é importante considerar o artigo 32 do Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de Janeiro que estabelece que “a oferta de produtos ou serviços *online* constitui uma proposta

³³⁵ Cfr. DUQUE, Ernesto Barrera, “*Modelos de Negócios na Internet*”, In ICET, Legis, Bogota, 2002, pp. 215-230.

³³⁶ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., p. 143.

³³⁷ OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, cit., p. 74 e 75.

³³⁸ Ora, nos termos em que a norma é disposta, muito pouco ou quase nada se permite concluir o momento exacto em que o contrato se considera celebrado, avançando-se imediatamente para o prazo da sua execução. Pode-se através da parte final concluir que o contrato é celebrado no momento em que o consumidor transmite a aceitação, se calhar através de uma declaração expressa ou tácita.

contratual quando contém todos os elementos necessários para que o contrato seja concluído com a simples aceitação do destinatário, caso contrário, é considerada um convite para contratar”. Além disso, o artigo 29 do mesmo diploma, especialmente os números 1 e 5, estipula que “assim que receber um pedido de compra exclusivamente electrónico, o prestador de serviços deve confirmar o recebimento também por meios electrónicos” e que “o pedido se torna definitivo com a confirmação do destinatário, dada após o aviso de recebimento, confirmando o pedido emitido”³³⁹.

O artigo 32 parece esclarecer que o regulamento legal do comércio electrónico não tem a intenção de modificar as regras referentes à formação de contratos. Assim, quando a oferta de produtos *online* se torna uma proposta contratual, a ordem de compra deve ser considerada como aceitação dessa proposta, resultando na formação do contrato. O aviso de recebimento é uma obrigação legal decorrente da conclusão do contrato³⁴⁰.

Com base nisso, é essencial examinar qual é a natureza legal da confirmação do destinatário, conforme descrito no n.º 5 do artigo 29. Ao interpretar o conceito literalmente, pode-se argumentar que o contrato apenas é finalizado com a confirmação; no entanto, como já destacado anteriormente, ao articular essa norma com o n.º 1 do mesmo artigo e com o artigo 32, a confirmação sempre ocorre após a celebração do contrato. Portanto, o destinatário confirma a celebração do contrato em si, momento em que o contrato começa a produzir seus efeitos, e não faz uma declaração contratual³⁴¹.

Dado que a confirmação é parte da aceitação, ocorrendo em duas etapas – a ordem de encomenda e sua confirmação –, simplesmente aceitar a aceitação do destinatário não é suficiente para formar o contrato, conforme estipulado no art.º 32, n.º 1. Isso poderia permitir que o fornecedor se oponha à celebração do contrato, não enviando o aviso de recepção. Isso daria ao fornecedor que fez uma proposta contratual uma oportunidade de influenciar a celebração do contrato, o que não parece estar de acordo com o propósito deste regime, que é proteger o destinatário. Essa abordagem seria prejudicial ao consumidor, uma

³³⁹ Neste sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., p. 144.

³⁴⁰ ASCENSÃO, José de Oliveira, “*Bases para uma Transposição da Directriz n.º 00/31, de 8 de Junho (Comércio Electrónico)*”, p. 3320(52).

³⁴¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., p. 146.

vez que permitiria ao profissional evitar a celebração de um contrato ao qual, de acordo com as regras usuais, já estaria vinculado³⁴².

Se o fornecedor fez esforços diligentes para informar o consumidor e este não fez nenhum esforço mínimo para obter essas informações, o fornecedor não terá mais obrigações e não deverá ser responsabilizado pela falta de conhecimento do consumidor. Isso actua como um contrapeso à obrigação legal do profissional de fornecer informações pré-contratuais, pois, apesar dessa obrigação, o consumidor também tem a responsabilidade de buscar e compreender as informações disponíveis. O profissional não pode ser responsabilizado posteriormente se o consumidor optar por não obter as informações fornecidas de acordo com a legislação vigente³⁴³.

Portanto, podemos concluir que a confirmação do destinatário ocorre após a celebração do contrato. No entanto, é crucial para que o contrato entre em vigor, representando uma condição legal. Enquanto o destinatário não confirmar a ordem de encomenda, o contrato não terá efeito, excepto no que diz respeito à obrigação do prestador de serviços de enviar o aviso de recepção. No entanto, o prestador de serviços não é obrigado a entregar a mercadoria ou fornecer o serviço, nem o destinatário a realizar o pagamento³⁴⁴.

Quanto ao aspecto formal, o artigo 26, n.º 1 do Decreto-Lei nº 7/2004, de 7 de Janeiro, afirma que “as declarações feitas por meios electrónicos satisfazem os requisitos legais de forma escrita quando estão contidas em um suporte que ofereça garantias equivalentes de autenticidade, compreensibilidade e preservação”.

3.1.1.4.5. Contrato de crédito ao consumo celebrado à distância

Um contrato de crédito é definido como o acordo no qual uma instituição se compromete a fornecer ou prometer fornecer a um cliente crédito na forma de empréstimo,

³⁴² Neste sentido, ainda, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., p. 147.

³⁴³ OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, cit., pp-74-75.

³⁴⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 148, entende logo que “o aviso de recepção (refere-o expressamente o n.º 2 do art.º 32) nem a contratação (porque é dada na sequência daquele) alteram as regras relativas a formação dos contratos”.

adiamento de pagamento, uso de cartão de crédito ou qualquer outro tipo de acordo de financiamento similar, inclusive operações de *leasing*³⁴⁵.

Somente as instituições de crédito e sociedades financeiras são conferidas a exclusividade de exercer a título profissional a actividade de operações de crédito, incluindo a concessão de garantias de garantias e outros compromissos³⁴⁶.

A parte I do capítulo VI estipula directrizes de comportamento e protecção do consumidor, embora não inclua nenhuma disposição que conceda o direito de arrependimento nos contratos de crédito. Estabelece-se, entre outras coisas, a obrigação das instituições de crédito e das sociedades financeiras de garantir aos clientes níveis elevados de competência técnica em todas as suas actividades, dotando sua estrutura organizacional com os recursos materiais e humanos necessários para oferecer condições adequadas de qualidade e eficácia³⁴⁷.

Impõe-se ainda a essas entidades que nas relações com os clientes outras devem observar o princípio da protecção dos consumidores, designadamente, crédito responsável, prevenção do superendividamento e protecção de informações e documentos dos consumidores³⁴⁸.

É ainda possível encontrar no instrumento uma disposição que os deveres de informação e assistência aos consumidores incumbida as instituições, como por exemplo a de informar com clareza e completude em torno dos elementos caracterizadores dos produtos e serviços financeiros oferecidos bem como as taxas, comissões e outros encargos aliados as operações activas e passivas e demais serviços prestados, os riscos associados e as consequências em caso de incumprimento das obrigações de ambas partes³⁴⁹.

No âmbito da concessão de crédito, as sociedades autorizadas para o efeito devem proceder de forma responsável, impondo-se que prestem ao consumidor antes da celebração do contrato de crédito, as informações necessárias em papel ou outro suporte duradouro, sobre os termos e condições do contrato e o custo integral do crédito, as suas obrigações e as consequências pelo incumprimento. O dever de informação, irá se estender

³⁴⁵ Cfr. art.º 3 al. a) do Aviso n.º 9/GBM/2018.

³⁴⁶ Cfr. art.º 5 n.º 1 al. b) e art.º 8 n.º 2 da Lei n.º 20/2020, de 31 de Dezembro, Lei das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras (LICSF).

³⁴⁷ Cfr. art.º 61 da LICSF.

³⁴⁸ Cfr. art.º 62, n.º 2 da LICSF.

³⁴⁹ Cfr. art.º 64, n.º 1 da LICSF.

para esclarecimentos sobre as cláusulas gerais bancárias e informações em torno do extracto da conta bancária sempre que o cliente necessite³⁵⁰.

Fora as disposições ilustradas, não se vislumbra qualquer outra que verse sobre os formalismos necessários para a celebração do contrato, sobre as regras que o informam quando contactados à distância e as técnicas de comunicação permitidas que menos agridem a livre escolha do consumidor e contratar.

Da pesquisa realizada foi possível constatar que não poucas vezes os consumidores são contactados telefonicamente, por email ou outras técnicas de comunicação à distância pelos gestores de contas que oferecem propostas de celebração de contratos de crédito ao consumo ou atribuição de um cartão de crédito apresentado todas as condições para a sua celebração. Muitas das vezes, da tramitação do expediente se realiza à distância e o consumidor apenas se dirige a agência para proceder com a assinatura do contrato.

Tratando-se de um contrato celebrado mediante técnicas de publicidade extremamente agressiva, na qual se oferece ao consumidor pouquíssimas chances para a reflexão, era de se esperar que nos dias posteriores a sua celebração, mesmo que o crédito já fosse desembolsado na conta do cliente, este pudesse após repensar e considerar o negócio inviável poder, livremente e sem qualquer cláusula sancionatória exercer o seu direito de arrependimento através da devolução do valor recebido.

Fruto da necessidade de promover as melhores práticas de conduta das instituições de crédito e sociedades financeiras e a protecção do consumidor financeiro, no âmbito da concepção, divulgação e disponibilização de produtos financeiros, bem assim a confiança e equidade na relação entre as instituições e os consumidores, o Banco de Moçambique através do Aviso n.º 8/GBM/2021, de 22 de Dezembro, aprovou o Código de Conduta das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras e de Protecção do Consumidor Financeiro.

O referido instrumento estabelece os princípios de actuação e regras de conduta e de protecção do consumidor financeiro a serem observados pelas instituições de crédito,

³⁵⁰ Cfr. art.º 64, n.º 2 e 3.

sociedades financeiras e demais entidades supervisionadas ou monitoradas pelo Banco de Central no exercício da sua actividade e na relação com os consumidores financeiros³⁵¹.

Apesar de não consagrar clara e especificamente exercício do de arrependimento para os casos de contratos que versam sobre serviços financeiros celebrados à distância, verifica-se um esforço promissor ao estabelecer o direito de desistência pelo consumidor financeiro dentro de um prazo contratualmente estabelecido³⁵².

Conclui-se facilmente que o legislador deixou a disponibilidade das partes o tempo diante do qual o direito de arrependimento poderá ser accionado, o que no âmbito da hermenêutica jurídica através do exercício interpretativo imagina-se que se vai aplicar o prazo de 7 dias disposto na Lei de Defesa do Consumidor.

Em termos formais, o instrumento exige que a comunicação realizada pelo consumidor seja de forma escrita e realizar o reembolso do valor recebido dentro de um período de 7 dias uteis contados a partir da data de recepção (desembolso) do valor³⁵³.

Sobre os encargos resultantes do cancelamento, estabelece o instrumento o dever de as instituições procederem a devolução ao consumidor de imediato, os valores eventualmente pagos, a qualquer título com a excepção das comissões ou outras despesas referentes a produção, emissão ou prestação de um serviço financeiro, bem como assegurar a extinção de contratos ou cancelamento de produtos ou serviços associados³⁵⁴.

3.1.1.5. Deveres de informação pós-contratual

Para conhecer quais os deveres pré-contratuais são impostos ao fornecedor, há que saber o exacto momento nos quais eles nascem. O contato se considera celebrado desde o instante em que as partes convergem opiniões entre a oferta e a aceitação. A oferta vê-se amplamente exposta nas informações fornecidas pelo comerciante antes da celebração do

³⁵¹ Cfr. art.º 1 do Aviso n.º 8/GBM/2021, de 22 de Dezembro.

³⁵² Cfr. art.º 4, n.º 1 do Aviso n.º 8/GBM/2021, de 22 de Dezembro.

³⁵³ Cfr. art.º 4, n.º 2 do Aviso n.º 8/GBM/2021.

³⁵⁴ Cfr. art.º 4, n.º 3 do Aviso n.º 8/GBM/2021.

contrato, de tal forma que a aceitação se verifica após a assumpção das informações pré-contratuais.

A transacção ou pagamento do valor e o fornecimento do bem ou do serviço, são consideradas fases subsequentes às negociações, elas configuram simultaneamente a etapa da execução do acordo sob as quais ainda se impõe ao fornecedor a prestação de informação, literalmente os deveres de informação pós-contratual, que surgem no instante imediatamente a seguir a manifestação da aceitação – a celebração do contrato propriamente dito.

Seguindo este raciocínio, as informações relacionadas aos custos que se associam às transacções que devem constar dos contratos electrónicos nos termos do n.º 3 do art.º 44 da Lei de Transacções Electrónicas já se imputam aos deveres de informação pós-contratual, que precisam ser do domínio do consumidor permitindo-lhe saber quanto efectivamente despenderá na celebração do contrato.

O número 4 do mesmo artigo, dispõe para uma série de informações facultativas a ser incluídas no contrato apenas quando se julgarem necessárias que é o caso do: (i) custo final a ser despendido pela aquisição do bem ou serviço, as despesas relacionadas com o transporte, as imposições tributárias dentre outras; (ii) meios de pagamento; (iii) outras cláusulas contratuais e garantias da transacção e os modos de acesso; (iv) prazo para a entrega dos bens e prestação de serviços; (v) prazos e modos pelos quais os consumidores poderão concluir o pagamento; (vi) políticas respeitantes a trocas, devoluções, contestações – reclamações e reembolsos; (vii) possíveis meios para abertura e resolução de eventuais conflitos decorrentes da interpretação ou aplicação das normais contratuais, quer sejam extrajudiciais ou judiciais; (viii) protocolos sobre segurança de pagamentos e políticas de confidencialidade de dados pessoais e (ix) duração estabelecida para o fornecimento de bens ou prestação de serviços de execução contínua.

Embora sem se considerar exaustivos, o leque das informações acima descritas consubstancia um rol de obrigações preponderantes a deverem ser garantidas pelo fornecedor. Ao impor que tais sejam prestadas somente enquanto forem consideradas necessárias, sem sequer estabelecer os critérios para tal aferição, ampliam o espaço para estabelecimento de cláusulados nas quais o fornecedor se furte do dever de fornecimento de preponderantes informações pós-contratuais.

Em suma, não estão plasmadas as informações necessárias que o consumidor deve ter durante a execução do contrato. consideramos oportuno que seja considerada com responsabilidade do profissional fornecer ao consumidor um documento que inclua todas as informações respeitantes ao tempo estimado para o envio do bem ou início da prestação de serviços, de duração imediata ou continua, os custos associados, as condições de troca e devolução e os custos inerentes, o cancelamento e as suas modalidades, o reembolso incluindo prazos e mecanismos não apenas para os contratos firmados electronicamente, mais sobretudo para todos aqueles firmados sem a presença física e simultânea dos contraentes, com recurso aos instrumentos de comunicação à distância.

A confirmação escrita dessas informações pode chamar a atenção do consumidor, já que ele poderá revisá-las com mais facilidade, mesmo que já as tenha acedido anteriormente. Além disso, a confirmação por escrito das informações tem um impacto persuasivo, incentivando o profissional a cumprir o contrato conforme estipulado.³⁵⁵.

3.1.2. Contratos celebrados fora do estabelecimento

Se para os contratos celebrados à distância, o legislador moçambicano, ao menos previu em uma das modalidades (contratos celebrados pela internet, através da Lei de Transacções Electrónicas), para os contratos negociados fora do estabelecimento, apesar de ser prática que ganha cada vez mais espaço no campo comercial e cada vez mais desprotege os interesses do consumidor, não existe qualquer regulamentação específica, se não, algumas posturas camararias e outras legislações avulsas que procuram forçosa e improvisada regular a questão³⁵⁶.

Designa-se por contrato fora comercial (*off-permises contract*, *außerhalb von Geschäften geschlossenen Vertrag*, *contrat hors établissement*, *contrato negoziati fuori dai localicommerciali*, *contrato celebrado fuera de lo establecimiento mercantil*) o contrato entre

³⁵⁵ OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, cit., p. 76, ainda no mesmo seguimento a autora entende que “a informação por escrito que integram as cláusulas do contrato, constitui uma vantagem para o consumidor, em caso de litígios como o fornecedor, uma vez que este pode vir a facilitar em Tribunal a produção de prova que o consumidor tenha de vir a fazer”.

³⁵⁶ A legislação que rege e autoriza o licenciamento do comércio ambulante em lugar fixo se localiza dispersa em diversificados instrumentos jurídicos tornando cada vez mais difícil a sua implementação, sobretudo em matérias de atribuições e competências para o licenciamento da referida actividade.

um empresário e um consumidor que, tendo por objecto o fornecimento de bens ou prestação de serviços, foi concluído em lugar diverso do estabelecimento comercial do primeiro com a presença física simultânea de ambos³⁵⁷.

A existência de contratos celebrados fora do estabelecimento surge da necessidade de proteger ainda mais a posição do consumidor, uma vez que os possíveis defeitos desse tipo de negócio nem sempre podem ser abrangidos pelas normas gerais do direito civil³⁵⁸.

Por forma a garantir uma compreensão mais clara dessa definição, é crucial lembrar que o “estabelecimento comercial” se entende como qualquer tipo de local onde o profissional realiza as suas transacções comerciais³⁵⁹, que se trate de uma loja situada em um *shopping center*, ou ainda de uma banquinha localizada em mercado formal ou informal.

Define o Código Comercial estabelecimento empresarial como um complexo de bens e direitos organizados para o exercício eficiente da actividade empresarial, por empresário individual ou sociedade empresarial³⁶⁰.

No seu significado objectivo, equivale ao estabelecimento comercial, que é uma organização do empresário mercantil, o conjunto de elementos reunidos e organizados pelo empresário para através dele exercer a actividade comercial, de produção ou circulação de bens ou de prestação de serviços³⁶¹.

O estabelecimento pressupõe assim, antes de mais, um titular: ele é o conjunto de meios predestinados para um empresário, titular de um determinado direito sobre ele, para exercer a sua actividade. Por outro lado, o estabelecimento é um acervo patrimonial: engloba um conjunto de bens e direitos, das mais variadas categorias e naturezas, que tem em comum a afectação à finalidade coerente a que o comerciante os destina.

Mas, o estabelecimento é também um conjunto de pessoas: pode reduzir-se a pessoa do empresário o seu suporte humano, nas formas mais embrionárias de estrutura

³⁵⁷ A definição é incompleta ao perceber-se que existem casos que o contrato se celebra no estabelecimento comercial.

³⁵⁸ MARTINEZ, Pedro Romano, *Direito das Obrigações: Parte Especial – Contratos*, Almedina, Coimbra, 2000, p. 97.

³⁵⁹ REBELO, Fernanda Neves, “*O Direito de Livre Resolução no Quadro Geral do Regime Jurídico da Protecção do Consumidor*”, cit., p. 605.

³⁶⁰ Cfr. art.º 42 do Ccom.

³⁶¹ CORREIA, Miguel José de Almeida Pupo, TOMÁS, António José e PAULO, Octávio Castelo (colaboração), *Direito Comercial: Direito da Empresa*, 11ª Ed., revista e actualizada, Lisboa, 2009, p. 50.

empresarial; mas normalmente engloba uma pluralidade de pessoas, congregadas por diversos vínculos jurídicos, para actuarem com vista a prossecução da finalidade comum da empresa.

O estabelecimento é uma organização: os seus elementos não são meramente reunidos, mas sim entre si conjugados, intercalados, hierarquizados, segundo as suas específicas naturezas e funções específicas, por forma que o seu conjunto possa emergir em resultado global: a actividade mercantil visada.

O estabelecimento, enfim, é uma organização funcional: a sua estrutura e configuração, a sua identidade própria advém-lhes de um determinado objecto, que é a actividade de determinado ramo da economia; actividade que, entretanto, será necessariamente uma actividade de fim lucrativo das quais cabem na matéria mercantil, ou seja, no âmbito material do direito comercial. Só assim, se pode falar de um estabelecimento comercial (sem embargo de, com aquela, se poderem conjugar actividades de outra ordem).

O termo estabelecimento comercial admite diversos significados. Em primeiro lugar, surge-nos a acepção em que acima tomámos a expressão estabelecimento comercial, que é decerto a mais ampla e consagrada nas disposições mais abrangentes desse conceito que nos surgem na nossa lei: arts.º 1109 e 1112 do CC. Em segundo lugar, é frequente a referência ao estabelecimento, na linguagem corrente como na legal, para designar a loja, o armazém, a fabrica, o escritório, enfim, a unidade técnica correspondente a cada um dos locais onde se exerce a actividade comercial. É evidente que este sentido é mais restrito, pois a organização adstrita por um comerciante ao exercício da sua actividade pode comportar várias unidades técnicas, da mesma ou diferentes naturezas a até de diferentes graus hierárquicos (sucursais, filiais, agências, delegações. Em terceiro lugar, aparece-nos a palavra estabelecimento tomada no sentido específico de acervo de coisas corpóreas (móveis e imóveis) que o comerciante afecta ao exercício da sua actividade, quer por constituírem objecto dessa mercancia – as mercadorias ou produtos –, quer por constituírem locais onde ela se exerce, quer por serem instrumentos (máquinas, utensílios, etc.) a ela adstritos. Não existe, pois, um único e rigoroso conceito de estabelecimento comercial, valido para todos os efeitos legais, tomaremos, sobretudo em conta o significado amplo acima mencionado em primeiro lugar, que também se afigura o mais abrangente e adequado em termos técnico-jurídicos³⁶².

Estamos diante de situações em que frequentemente há uma pressão do vendedor para impor seu produto, o que limita a capacidade de decisão do consumidor. Isso cria uma discrepância clara entre a declaração de vontade expressa pelo consumidor e sua verdadeira vontade³⁶³.

³⁶² CORREIA, Miguel José de Almeida Pupo, TOMÁS, António José e PAULO, Octávio Castelo (colaboração), *Direito Comercial: Direito da Empresa*, cit., pp. 50-51.

³⁶³ SOUSA, Alexandra José Nobrega Teixeira de, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento*, cit., 28.

Mas uma vez, para compreender o regime, socorrer-nos-emos do direito português e do direito europeu que já trazem um regime bastante sólido para o cenário em causa.

Diferentemente dos contratos celebrados à distância, nos quais a principal preocupação com a protecção do consumidor reside na falta de proximidade física com o produto, nos contratos realizados no domicílio ou em situações equiparadas, o consumidor pode de fato ter contato com o produto, porém, ainda assim, pode se encontrar em uma posição vulnerável devido à pressão à qual está sujeito³⁶⁴.

De facto, a característica central desse tipo de contratos decorre do facto de que o contrato é directamente iniciado pelo profissional, seja ele se deslocando ao local onde o consumidor está ou induzindo o consumidor a se deslocar a um local indicado por ele³⁶⁵.

Os contratos desse tipo são bastante comuns na sociedade de consumo actual devido às diversas vantagens que oferecem ao profissional. Isso porque ele não precisa estar fisicamente em um estabelecimento comercial nem formalizar contratos com seus trabalhadores³⁶⁶.

Por outro lado, esse método de contratação também pode ser benéfico para o consumidor. Ele tem a oportunidade de celebrar contratos de seu interesse no conforto de sua casa, tendo contato directo com o produto ou serviço desejado em um período de tempo relativamente curto³⁶⁷.

Apesar das vantagens oferecidas, esse método de contratação também representa um risco para o consumidor, diferenciando-se consideravelmente dos contratos fechados à distância. Aqui, o profissional aborda o consumidor fora do ambiente comercial (onde este normalmente está preparado para lidar com técnicas de vendas), exercendo certa pressão psicológica sobre ele. Mesmo que o consumidor tenha solicitado a visita do profissional, ele pode se encontrar em uma posição vulnerável, muitas vezes aceitando

³⁶⁴ LEITÃO, Luís Menezes, *“A Protecção do Consumidor contra as Práticas Comerciais Desleais e Agressivas”*, cit. pp. 170 e 171.

³⁶⁵ Neste sentido, ainda, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 162.

³⁶⁶ Leitão, Luís Menezes, *“A Protecção do Consumidor contra Práticas Comerciais Desleais e Agressivas”*, cit., p. 169.

³⁶⁷ SOUSA, Alexandra José Nobrega Teixeira de, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento*, cit., p. 28.

propostas de forma inconsciente. Na verdade, devido à rapidez do processo, o consumidor não tem tempo para ponderar sobre a vantagem do negócio. Além disso, é importante notar que o consumidor está tomando uma decisão de contratação em um ambiente dominado pelo profissional³⁶⁸.

A seguir, são apresentadas diferentes tipos ou formas de contratos realizados fora do estabelecimento, abordando a formação do contrato e as obrigações contratuais, particularmente os contratos realizados no domicílio, no local de trabalho, em reuniões, em excursões e em locais indicados pelo fornecedor. No direito moçambicano não se encontrando disposições que regulem, inspiramo-nos mais uma vez no direito português, disposto expressamente no Decreto-Lei n.º 24/2004 de 14 de Fevereiro a definição dessa categoria de contratos em seu artigo 3, alínea g), como “o contrato que é estabelecido na presença física e simultânea do fornecedor de bens ou prestador de serviços e do consumidor em um local que não seja o estabelecimento comercial daquele, incluindo os casos em que é o consumidor quem faz a proposta contratual”, e em seguida, enumera algumas das modalidades possíveis.

A enumeração na alínea g) do Decreto-Lei n.º 14/2014 é meramente indicativa e não taxativa, ao contrário do que inicialmente poderia ser interpretado. Ao listar as possíveis modalidades de contratos celebrados fora do estabelecimento, o dispositivo legal utiliza a expressão “incluindo os contratos”, o que significa que não impede que outras modalidades que se enquadrem na definição geral prevista sejam consideradas contratos celebrados fora do estabelecimento³⁶⁹.

Aqui estão os diferentes casos em que um contrato pode ser considerado celebrado fora do estabelecimento:

- Realizados no estabelecimento comercial do profissional ou por meio de comunicação à distância, logo após o consumidor ter sido abordado pessoal e individualmente em um local que não seja o estabelecimento comercial do fornecedor de bens ou prestador de serviços;
- Feitos no domicílio do consumidor;
- Concluídos no local de trabalho do consumidor;

³⁶⁸ CUNHA, Carolina, *Métodos de Venda a Retalho Fora do Estabelecimento: Regulamentação Jurídica e Protecção do Consumidor*, cit., pp. 290-291.

³⁶⁹ SOUSA, Alexandra José Nobrega Teixeira de, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados a Distância e Fora do Estabelecimento* – Dissertação de Mestrado com vista a obtenção do grau de Mestres em Ciências Jurídicas Forenses, cit., p. 27.

- Efectuados em reuniões onde a oferta de bens e serviços seja apresentada por meio de demonstração diante de um grupo de pessoas reunidas na residência de uma delas, a pedido do fornecedor ou seu representante;
- Realizados em uma viagem organizada pelo fornecedor de bens ou prestador de serviços, ou por seu representante, fora do seu estabelecimento comercial;
- Celebrados em um local designado pelo fornecedor de bens ou prestador de serviços, para o qual o consumidor se desloca por sua própria conta e risco, após receber uma comunicação comercial do fornecedor ou seu representante.

3.1.2.1. Requisitos

Trata-se de um contrato de consumo que exige a verificação cumulativa de três requisitos, de natureza subjectiva, objectiva especial³⁷⁰.

Nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, os participantes são definidos como o empresário, que pode ser uma pessoa singular ou uma entidade colectiva responsável por uma actividade comercial, agindo dentro de sua profissão directamente ou por meio de um terceiro (fornecedor de bens ou prestador de serviços), e o consumidor, que é qualquer pessoa singular agindo para fins que não estejam relacionados com uma actividade comercial, industrial, artesanal ou profissional. É importante observar que o contrato deve ser feito na presença física simultânea de uma ou ambas as partes contratantes. É relevante destacar que o legislador considera como partes significativas os empresários que operam estabelecimentos comerciais de varejo (excluindo outros profissionais) e os consumidores que são indivíduos (excluindo pessoas colectivas)³⁷¹.

Segundo, no que concerne ao objecto do contrato, é ainda necessário que este tenha por objecto quaisquer bens, serviços ou direitos negociados por aquele empresário. Prevê-se um conjunto de exclusões, incluindo os contratos relativos a serviços financeiros, bens imóveis, géneros alimentícios ou outros bens fornecidos regularmente, serviços de saúde,

³⁷⁰ ANTUNES, José Engrácia, *O Conceito Jurídico de Consumidor*, cit. p. 777 e ss.

³⁷¹ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. p. 138.

serviços sociais, serviços turísticos, serviços de transporte de passageiros (parcialmente), jogos de fortuna ou azar, máquinas automáticas, viagens organizadas, e direitos de habitação periódica, entre outros³⁷².

Em terceiro lugar, também é requerido, em geral, o critério operacional: que o contrato tenha sido concluído fora das instalações do empresário, definidas como locais de venda ao público onde ele exerça sua actividade de maneira permanente (em instalações fixas) ou habitual (em instalações móveis). Portanto, locais públicos como ruas, centros comerciais, praias, instalações desportivas e transporte público, utilizados ocasionalmente pelo empresário para suas actividades comerciais, não devem ser considerados estabelecimentos comerciais para esse propósito³⁷³.

3.1.2.2. Deveres pré-contratuais

Na etapa anterior à formalização do contrato, destacam-se os deveres de informação do empresário em relação ao consumidor. O empresário deve disponibilizar ao consumidor, de forma oportuna e antecipada à assinatura do contrato, uma variedade abrangente de informações. Estas informações constituem um conjunto mínimo de elementos na declaração de negócio do empresário, incluindo sua identificação e endereço, características essenciais do produto ou serviço, preço total (incluindo taxas e impostos) e método de cálculo de despesas adicionais, custos de entrega (se aplicável), opções de pagamento, entrega e execução, a existência de direito de rescisão do contrato e seus procedimentos, duração do contrato, garantia de conformidade dos produtos, suporte pós-venda, e a existência de depósitos ou outras garantias financeiras. Tais informações devem ser apresentadas de forma clara e compreensível, por escrito, em papel ou outro meio durável, e devem ser parte integral e imutável do contrato, a menos que as partes concordem expressamente antes da celebração do contrato, sendo a empresa fornecedora responsável por comprovar o cumprimento destas exigências³⁷⁴.

³⁷² ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. p. 138.

³⁷³ CARVALHO, Jorge Morais, *Prestação de Informações nos Contratos Celebrados à Distância*, In: AAVV, “Direito Privado e Direito Comunitário – Alguns Ensaaios”, 2007, pp. 13-64.

³⁷⁴ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. p. 140.

O dever pré-contratual de informar tem como desiderato garantir que as partes celebrem o contrato cobertas de conhecimentos bastantes e suficientemente esclarecedores no que se refere ao objecto a contratar³⁷⁵. Destina-se tanto que as partes obtenham uma informação esclarecida e racional, mas também a promoção do equilíbrio do contrato³⁷⁶.

A celebração de um contrato é maioritariamente antecedita de conversações entre os sujeitos, umas vezes muito complexas e noutras mais simples. Se impõe durante a execução do contrato que as partes pautem por condutas de boa-fé, respeitando integralmente as cláusulas nele estabelecidas, antes da sua celebração ou depois da sua extinção este princípio igualmente a si se impõe³⁷⁷.

Por esta razão, passa a constituir uma temática importante, com génese e desenvolvimento consideravelmente actual, tendo sido recentemente prevista no Regime Jurídico dos Contratos Comerciais³⁷⁸.

Como já sabido, a responsabilidade pré-contratual encontra-se genericamente prevista no número 1 do artigo 227 do código Civil nos termos do qual “quem negoceia com outrem para a conclusão de um contrato, deve tanto nos preliminares, como na formação dele, proceder segundo as regras de boa fé, sob pena de responder pelos danos que culposamente causar a outra parte”, porém ganhou um actualizado olhar no Código Comercial aprovado em 2005³⁷⁹ (ora revogado)³⁸⁰ e com novos desenvolvimentos do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais³⁸¹.

Isso implica que a actuação comportamental dos sujeitos durante as negociações é crucial, se encontrado ambas vinculadas pelos compromissos prestados por declarações,

³⁷⁵ CORDEIRO, António Menezes, *Revista de Direito Civil*, Almedina, Ano IX, 2024, p. 349 e ss.

³⁷⁶ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contrato I*, cit. p. 209 e ss.

³⁷⁷ TIMBANE, Tomas, *A Responsabilidade Pré-Contratual no Direito Moçambicano: Novos Desenvolvimentos* In CORDEIRO, António Menezes, *Revista de Direito Civil*, Almedina, Coimbra, Ano IX (2024), Número 2, p. 351. “Ainda que a questão tenha maior relevância no âmbito do direito privado, a postura das partes no decorrer das negociações de um contrato ou após a sua extinção mostra-se relevante ainda no seio do direito Administrativo”. Cfr. art.º 36, n.º 2 da Lei de Práticas Público-privadas (Lei n.º 15/2011, de 10 de Agosto).

³⁷⁸ Aprovado pelo Decreto n.º 3/2022, de 25 de Maio.

³⁷⁹ Cfr. art. 469, n.º 2 do Ccom. 2005.

³⁸⁰ Com a revogação do Ccom. de 2005, todas as disposições relativas aos contratos comerciais que dela eram parte integrante, foram transpostas e desenvolvidas do Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, passando a incorporar não somente o dever de prestação de informação de boa fé (art.º 19), porém também a boa fé e lealdade comercial (art.º 3), de cumprimento coerente (art.º 4), da liberdade negocial mediante boa fé, da lealdade e do cumprimento coerente (art.º 42), do dever de prestação de informação decisiva para a manifestação de vontade (art.º 43) e da responsabilidade por interrupção das negociações de má-fé (art.º 47).

³⁸¹ Cfr. art.º 19, n.º 2 do Decreto n.º 3/2022, de 25 de Maio.

correspondências ou outros meios legítimos de manifestação de vontades. O comportamento das partes precisa assentar-se na confiança, lealdade, honestidade, certeza e segurança que a contraparte age com urbanidade e correcção³⁸².

Devido à forma especial exigida para os contratos feitos no domicílio, as normas referentes à fase pré-contratual são menos detalhadas. Embora essa abordagem possa ser alvo de críticas, a lei parte do pressuposto de que a forma escrita assegura a protecção do consumidor ao permitir sua reflexão e compreensão efectiva das cláusulas contratuais³⁸³.

Nas situações em que a venda de produtos em residências seja seguida ou precedida pela demonstração ao consumidor de um folheto, publicação ou qualquer outro meio visual ou sonoro, como os catálogos *online* disponíveis em um sítio da internet, estes devem incluir informações sobre os aspectos essenciais da declaração do vendedor, aos quais ele está imediatamente vinculado, pelo menos de acordo com as regras sobre responsabilidade pré-contratual³⁸⁴.

De acordo com as normas de protecção ao consumidor, os catálogos devem incluir informações como: identificação da empresa fornecedora, como nome, endereço e número de registo no Registo Nacional de Pessoas Colectivas, descrição das características essenciais do produto ou serviço em questão, preço total, modalidades e condições de pagamento, método, local e prazos de entrega ou prestação de serviço, política de garantia e assistência pós-venda, se aplicável, com indicação de onde o consumidor pode dirigir reclamações e informações sobre o direito do consumidor de rescindir o contrato, juntamente com os detalhes de contato para exercer esse direito.

Basicamente, os elementos exigidos por lei que devem constar do documento contratual único que formaliza o contrato devem ser incluídos nos catálogos desde o início, com excepção dos detalhes identificativos das partes. Isso ocorre porque pode ser impossível identificar imediatamente o consumidor. Além disso, as condições de crédito eventualmente concedidas ao consumidor são uma situação que deve ser avaliada casuisticamente³⁸⁵.

³⁸² TIMBANE, Tomas, *A Responsabilidade Pré-Contratual no Direito Moçambicano: Novos Desenvolvimentos*, cit. p. 352.

³⁸³ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., p. 170.

³⁸⁴ O art.º 40 do Decreto-Lei n.º 38/2016, de 31 de Agosto que aprova o Código de Publicidade, refere-se a publicidade domiciliária.

³⁸⁵ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., pp. 170-171.

3.1.2.3. Formação do contrato celebrado fora do estabelecimento

Quanto à sua elaboração, a literatura enfatiza a necessidade de um formato especial: para evitar sua invalidade, os contratos feitos fora do local de negócios devem ser documentados por escrito e conter informações essenciais, explicitadas de forma clara em português. Além disso, o consumidor deve receber uma cópia assinada do contrato ou uma confirmação em um meio durável previamente autorizado³⁸⁶.

A própria definição de contrato celebrado no domicílio, conforme descrito pela lei, faz referência ao contrato “proposto e concluído no domicílio do consumidor”. Isso sugere que a proposta contratual deve ser originada pelo profissional, com o consumidor limitado a aceitá-la para formalizar o contrato. Essa disposição poderia criar uma lacuna no caso de a técnica de comercialização permitir uma inversão desse cenário, onde o consumidor emite um convite para contratar, seguido por uma proposta do consumidor e aceitação pelo profissional. Empresas poderiam potencialmente usar esse método para evitar a aplicação de regras de protecção previstas na legislação³⁸⁷.

Pode-se argumentar se mencionar a redução do contrato a escrito é equivalente a afirmar que o contrato requer uma forma específica para sua celebração, ou seja, a forma escrita. Acreditamos que sim, embora da redacção legal e do propósito da norma possa-se inferir que a nulidade decorrente de sua violação está sujeita a um regime especial, podendo ser invocada apenas pelo consumidor³⁸⁸.

A intenção da norma não se limita a impor uma forma especial a este contrato, uma vez que sua justificação não é meramente objectiva, mas sim subjectiva, visando primariamente proteger o consumidor contra possíveis abusos por parte do profissional. Essa protecção ao consumidor é alcançada através da formalização por escrito do contrato e da entrega a ele de um documento contendo cláusulas contratuais e informações sobre seus direitos decorrentes do contrato, embora seja possível que exista um acordo pré-contratual antes da formalização escrita do contrato. A preocupação expressa no artigo 16,

³⁸⁶ ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação em Especial*, cit. p. 141.

³⁸⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., p. 172. Ainda sobre a mesma ideia, CUNHA, Carolina, *“Métodos de Venda a Retalho Fora do Estabelecimento: Regulamentação Jurídica e Protecção do Consumidor”*, cit., p. 293.

³⁸⁸ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, cit., p. 172.

particularmente sobre quem emite as declarações, especialmente a proposta e a aceitação, só faz sentido em relação a este acordo pré-contratual³⁸⁹.

3.1.2.4.Modalidades ou Tipologia de Contratos Celebrados fora do Estabelecimento

3.1.2.4.1. Contratos celebrados no comércio ambulante

A estrutura da economia moçambicana tem vindo a alterar-se nos últimos anos, resultantes da alteração do sistema económico desde 1987 que ditou a introdução de reformas no âmbito do Programa de Restruturação Económica (PRE)³⁹⁰. A libertação da economia trouxe um relativo desequilíbrio do mercado, que até então se caracterizava por um fraco nível de oferta que gerava escassez de produtos básicos.

Com a libertação da economia e as reformas que a suportam, deu-se um crescimento exponencial de novas unidades económicas orientadas para a importação de bens, que sendo então escassos propiciavam um alto nível de retorno a essas unidades económicas. Porém, esse crescimento de unidades económicas e sua dinâmica no processo de determinação do modelo de economia a estabelecer-se, não foi acompanhado ao mesmo ritmo pelo Estado na criação de normas para a salvaguarda do consumidor, levando a que, invariavelmente, intervenções espontâneas de autoridades relacionadas com a saúde, os municípios, as entidades que tutelam as actividades de indústria e o comércio corrigissem as enormes violações aos direitos do consumidor.

A crise económica e social que afecta largos milhares de moçambicanos gera uma onda cada vez maior de ocupação desenfreada de espaços públicos para a prática do comércio ambulante. Diversos passeios das cidades viraram autênticas feiras onde se vende, um pouco de tudo. Toda essa desordem urbana ocorre ante a incapacidade das autoridades

³⁸⁹ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, “*Contrato Formal e Pré-contrato Informal*”, In *Comemorações dos 35 Anos do Código Civil*, Coimbra Editora, Coimbra, 2006, pp. 349-355, refere que “o contrato se celebra, portanto, no momento da elaboração do documento, através do modelo do documento contratual único”.

³⁹⁰ Moçambique atravessou nos anos 80 a maior das crises económicas já vividas, e com o fito de ultrapassar esta difícil fase, o Governo optou pelo recurso as instituições dos *Bretton Woods* (Fundo Monetário Internacional e Banco Mundial) que colocaram como imposição para a concessão de crédito, que fosse alterado o modelo económico centrado em uma economia socialista, reflectida na Constituição da República Popular de 1975, para uma economia de mercado, na qual se abria espaço para a entrada de agentes económicos privados, orientação que passou a ser reflectida na Constituição da República de 1990.

municipais em conterem o fenómeno, apesar de vezes sem conta protagonizarem operações de apreensão de produtos dos vendedores.

A primeira forma encontrada de celebração de contratos de consumo que ocorre na nossa ordem jurídica há-de ser o comércio ambulante. Apesar de inexistir uma legislação que o regule em toda a extensão territorial do país, houve um esforço da Assembleia Municipal da Cidade de Maputo que através da Resolução n.º 53/AM/2006, de 22 de Novembro estabeleceu a Postura Sobre o Comércio Ambulante em Lugar Fixo, considerada como a actividade comercial exercida por pessoas singulares e colectivas na via pública, utilizando ou não instalações de carácter precário dedicado tanto a venda de produtos, como a prestação de serviços, desenvolvida, entre varias formas, através de barracas, quiosques, *stands* e bancas³⁹¹.

O regulamento em causa não é aplicável ao comércio em mercados formais e informais, bem como a actividade em feiras, comemorações de datas festivas e outras efemérides que são objecto de legislação específica.

Traduz-se indubitavelmente em uma relação de consumo de fornecimento de produtos ou serviços celebrados fora do estabelecimento comercial, em muitas das vezes celebrado na via pública através da apresentação da proposta contratual pelo comerciante.

Como consequência dessas práticas, assistimos o surgimento de um fenómeno novo caracterizado por actos desonestos por parte de quem exerce tais actividades, desrespeitando primeiramente as regras básicas para o desenvolvimento de uma actividade comercial e, aqueles que são os direitos do consumidor em muitos casos criando vários danos patrimoniais, de saúde a até morais na sua esfera sem com isso sofrer qualquer tipo de sanção e muito menos ter o consumidor a possibilidade de se ressarcir dos danos sofridos, passando a encarra-se como uma situação normal.

O facto de o legislador optar por exigir que a actividade passe a ser realizada em lugar fixo, na qual o comerciante possa circular dentro de certa circunscrição previamente definida tem por intuito a redução de danos que ocorrem nos direitos do consumidor, uma vez que poderá dessa maneira em caso de insatisfação ou desinteresse superveniente pelo produto ou serviço fornecido poder facilmente identificar e localizar o fornecedor para eficazmente exercer o seu direito de arrependimento.

³⁹¹ Cfr. art. 1, n.º 1, al. a) do RCALF.

3.1.2.4.2. Contratos celebrados no domicílio

Para que um contrato seja considerado celebrado no domicílio do consumidor, é necessário que o profissional se desloque até a residência do consumidor ou a um local equiparado a esta, não correspondendo necessariamente ao conceito tradicional de domicílio estabelecido no direito civil, conforme definido pelo artigo 82 do Código Civil. O elemento crucial aqui é a acção de deslocar-se do profissional para o local onde o consumidor se encontra³⁹².

Não existindo qualquer legislação que regule especificamente a actividade, na qual o fornecedor de bens ou serviços se desloca de casa em casa a divulgar a sua oferta e propor a celebração do contrato, na realidade moçambicana a questão resolve-se como recurso as disposições da lei geral que regula o contrato de compra e venda³⁹³ ou o contrato de prestação de serviços³⁹⁴.

O Código de Publicidade em Moçambique consagra que a publicidade realizada no domicílio do destinatário (consumidor), realizada por meio de correspondência ou qualquer outro deve conter clara e precisamente o nome, o endereço (domicílio) e outros elementos que garantam facilmente a localização do fornecedor anunciante, bem como a devida descrição sobre o produto ou serviço a ser vendido, o preço e as modalidades de pagamento, e as condições de assistência pós-venda³⁹⁵.

Dispõe ainda o número 2 do artigo 40, que o destinatário publicitário, realizada no domicílio por via de uma correspondência ou outro meio de envio, não se vincula em obrigatoriamente adquirir, conservar ou proceder com a devolução de amostras enviadas a não ser que as tenha solicitado.

Como se pode enxergar, no seio da norma referida são estabelecidas algumas regras para as publicidades que se realizem no domicílio do consumidor sem a deslocação do consumidor para o local. O que se vê-se regulado neste dispositivo, são publicidades que o

³⁹² CARVALHO, Jorge Morais e PINTO-FERREIRA, João Pedro, *Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento*, Almedina, Coimbra, 2014, p. 40.

³⁹³ Cfr. art. ° 874 CC.

³⁹⁴ Cfr. art. ° 1154 CC.

³⁹⁵ Cfr. art.° 40, n.° 1, als. a) e b) do Decreto n.° 38/2016, de 31 de Agosto.

consumidor recebe a sua casa, contudo, enviadas por via de correspondência postal ou outro mecanismo que o permita a recepção. Estamos em nossa percepção, diante de elementos simultaneamente de contratos fora do estabelecimento e de contratos à distância.

Situação diferente, são naturalmente, àquelas nas quais quase que sempre o consumidor é surpreendido com a chegada da proposta sem antes ter devidamente representado hipoteticamente a possibilidade de celebrar um contrato de consumo. A proposta para contratar é de tão forma agressiva que em muitas vezes são apostas ao negócio cláusulas que dispõe sobre a possibilidade de o pagamento não ser a vista, ser realizado em várias parcelas, sob as quais o consumidor não encontra espaço suficiente para avaliar racionalmente em torno do seu efectivo desejo em realiza-lo.

Caracteriza-se o contrato celebrado no domicílio como aquele em que o fornecedor ou representante propõe e conclui a oferta de bens ou serviços no domicílio do consumidor, sem que tenha havido um pedido prévio expresso por parte deste.

Em primeiro lugar, estamos diante de uma relação de consumo, ou seja, um contrato estabelecido entre um consumidor e um profissional. Tal como se verifica nos contratos celebrados à distância a identificação do profissional ou de seus representantes, o que é crucial nos contratos realizados fora do estabelecimento comercial. Isso ocorre porque para o consumidor é mais complexo identificar a pessoa com quem está contratando, não sendo evidente a associação com um fornecedor específico³⁹⁶.

Em segundo plano, é imprescindível que o contrato realizado no domicílio envolva a oferta de bens ou serviços. Essa definição é abrangente, sugerindo que a intenção da norma é incluir uma ampla gama de contratos, sejam eles convencionais ou não, sem distinção de objecto³⁹⁷. Não há motivo para que um contrato feito no domicílio não possa abranger também a disposição de um direito³⁹⁸.

³⁹⁶ As empresas que oferecem serviços de distribuição comercial ao domicílio devem criar e manter uma lista actualizada dos colaboradores que, em seu nome, fazem propostas, preparam ou concluem contratos na residência do consumidor. Essa lista, juntamente com os contratos, deve ser disponibilizada sempre que solicitada por qualquer autoridade competente. Além disso, os profissionais devem garantir que seus colaboradores estejam devidamente identificados com documentos apropriados, os quais devem ser sempre apresentados ao consumidor.

³⁹⁷ CUNHA, Carolina, *Métodos de Venda a Retalho Fora do Estabelecimento: Regulamentação Jurídica e Protecção do Consumidor*: In DIInD, Vol. IV, 2005, pp. 285-330.

³⁹⁸ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 164.

Não se aplica aos contratos de fornecimento de bens de uso doméstico comuns, entregues regularmente por vendedores em domicílio, contratos de seguros e contratos relacionados a serviços e actividades de investimento em instrumentos financeiros³⁹⁹.

Em terceiro lugar, o contrato é estabelecido na residência do consumidor; entretanto, o termo “domicílio” não deve ser interpretado, nesse contexto, com seu significado técnico-jurídico de residência habitual do consumidor⁴⁰⁰.

Na verdade, o elemento relevante para este propósito não é o *status* de residência do consumidor, mas sim o facto de o fornecedor se dirigir a esse local para a celebração do contrato. Dessa forma, o regime dos contratos no domicílio também se aplica quando o consumidor está na residência de um amigo ou familiar. Da mesma forma, pode-se inferir que a situação está coberta pela norma quando o contrato é celebrado, por exemplo, em um hotel onde o consumidor está hospedado. Não se trata dos bens ou serviços oferecidos pelo hotel, já que, nesse caso, o consumidor está nas instalações comerciais por sua própria iniciativa⁴⁰¹.

Em quarto ponto, é essencial que tenha sido feito “um pedido prévio explícito pelo próprio consumidor”. Este factor negativo pode ser dividido em quatro aspectos, todos os quais devem ser cumpridos para que o regime seja aplicado: a existência do pedido, a antecedência do pedido, a declaração explícita e a correspondência entre a pessoa que faz o pedido e a que firma o contrato⁴⁰².

Então, o consumidor deve ser o responsável por solicitar a visita do profissional ao domicílio. Também se requer que haja correspondência entre o produto ou serviço que está no contrato e aquele mencionado no pedido de visita do profissional⁴⁰³.

O profissional é requerido a partir de uma solicitação do consumidor, não sendo necessário um consentimento prévio e expresso deste para a visita do profissional ao seu

³⁹⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 164.

⁴⁰⁰ V. art.º 82 CC.

⁴⁰¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 165.

⁴⁰² CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 166.

⁴⁰³ CUNHA, Carolina, “*Métodos de Venda a Retalho Fora do Estabelecimento: Regulamentação Jurídica e Protecção do Consumidor*”, cit., p. 292.

domicílio. Mesmo se o consumidor consentir com a visita do profissional, isso não pode ser interpretado como um pedido⁴⁰⁴.

Então, o método de como o pedido é feito não é relevante, mas sim se esse pedido decorre directamente da declaração expressa do consumidor e não de uma inferência baseada em factos. Por exemplo, se, durante uma ligação telefónica, o consumidor expressa interesse em um determinado produto ou menciona que está pensando em comprá-lo, isso não pode ser interpretado como um pedido para que o profissional vá até sua casa⁴⁰⁵.

Por último, é necessário que a pessoa que solicita a visita seja também a pessoa que efectua o contrato. Se a pessoa que finalmente contrata for diferente daquela que fez o pedido, mesmo que haja proximidade entre elas, o contrato será regido pelo mesmo regime aplicável aos contratos realizados no domicílio⁴⁰⁶.

3.1.2.4.3. Contratos celebrados no local de trabalho

O termo “local de trabalho” deve ser interpretado de forma abrangente neste contexto, sem depender da presença de um contrato de trabalho ou de prestação de serviços, englobando até mesmo a realização de serviços isolados⁴⁰⁷.

Uma modalidade de interpelação do consumidor bastante frequente em Moçambique ocorre no local de trabalho, em vezes por um comerciante que exerce a actividade de forma profissional e habitual a actividade, ao se dirigir ao domicílio profissional do consumidor e apresentar a proposta para a contratação e noutras pelos comerciantes ocasionais, que são aqueles colegas de trabalho que de forma esporádica se colocam na posição de oferecer a título oneroso um bem ou prestação de um serviço para que seja realizada a prestação quando o salário fizer a sua vez.

Tratando-se de uma realidade completamente habitual na realidade moçambicana, é uma forma de contratação igualmente órfã de previsão legal específica sob a

⁴⁰⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 167.

⁴⁰⁵ Cfr. n.º 1 do art. 217 CC.

⁴⁰⁶ Neste sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 169.

⁴⁰⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito de Consumo*, cit., p. 136.

qual muito dificilmente o consumidor consegue exercer o seu direito de arrependimento nas situações em que perde interesse sobre a manutenção do contrato após ter feito uma avaliação melhor e livre de qualquer tipo de pressão exercida pelo fornecedor. Não poucos são os casos, em que o consumidor no local de trabalho se vê pressionado em levar determinado produto ou aderir a certo serviço, porque no calor da emoção um número expressivo de colegas também se propõe a contratar.

São práticas comerciais extremamente frequentes no campo social moçambicano que o legislador não está a ser capaz de acompanhar o ritmo, dificultando em larga medida a aplicação coerente do exercício do direito de retratação estabelecido na lei de protecção dos direitos do consumidor⁴⁰⁸.

E pela sua natureza se considera os contratos realizados no domicílio como equivalentes aos realizados no local de trabalho do consumidor⁴⁰⁹.

Dessa forma, estamos diante de uma relação de consumo que não envolve, por exemplo, os bens ou serviços fornecidos pelo empregador no contexto do emprego, como salário ou benefícios. Os contratos celebrados no local de trabalho podem abranger uma ampla gama de contratos, independentemente de seu objecto. É fundamental que haja um “prévio pedido expresso por parte do mesmo consumidor”.

A característica distintiva é o facto de serem celebrados no local de trabalho do consumidor. A expressão “local de trabalho” deve ser entendida em um sentido amplo, não dependendo do vínculo entre o (eventual) consumidor e a pessoa para a qual ele trabalha. Não é necessário que exista um contrato de trabalho para a aplicação dessa norma, nem mesmo um contrato de prestação de serviços com um terceiro, podendo se tratar do exercício de uma profissão liberal ou qualquer actividade profissional, mesmo que isolada⁴¹⁰.

A regra também se estende aos contratos realizados no ambiente educacional do consumidor. Esses locais de estudo são considerados ambientes de trabalho em uma

⁴⁰⁸ O art.º 26 do Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto não vai mais longe do que apenas prever a proibição de publicidade relativas a bebidas alcoólicas nas instituições públicas.

⁴⁰⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 174, revela que “não se trata de uma novidade da lei portuguesa, uma vez que a Directiva 85/577/CE já abrangia estes contratos, embora directamente e não por equiparação”.

⁴¹⁰ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 175, exemplifica que “Uma pessoa que vai a um local para participar de uma conferência ou aula é considerada no local de trabalho para efeitos do diploma, se receber a visita de um profissional nesse local e os outros requisitos de aplicação do regime estiverem presentes”.

interpretação ampla, e essa situação está alinhada com o propósito da lei. O objectivo principal do dispositivo é proteger o consumidor que pode ser abordado por um profissional em um ambiente onde normalmente não espera ser alvo de vendas agressivas. Em uma escola ou universidade, o consumidor também é amparado por essa legislação. Não se refere aos bens ou serviços oferecidos pela própria instituição de ensino, pois, nesse caso, o consumidor está activamente indo até o local para celebrar o contrato⁴¹¹.

A questão que surge diz respeito à aplicação das regras ao fornecimento de bens ou serviços no local de trabalho do consumidor pela entidade empregadora, fora do contexto da relação de trabalho. Este é o cenário em que uma empresa oferece determinado produto ou serviço e propõe a adesão no local de trabalho do trabalhador. Sem dúvida, trata-se de uma forma altamente invasiva de oferta, uma vez que o consumidor não só se encontra num ambiente onde não espera a visita de um fornecedor ou a apresentação de uma proposta, mas também porque não possui a liberdade necessária, em relação à contraparte, para tomar uma decisão informada e imparcial, sem enfrentar os possíveis constrangimentos de recusar a contratação.

3.1.2.4.4. Contratos celebrados em reuniões

Esses contratos são também equiparados aos contratos feitos no domicílio, não importando se o consumidor está ciente de que, ao comparecer ao local da reunião, estará participando de uma demonstração organizada pelo fornecedor.

Conforme entendido pela doutrina e pela legislação de países que já tenham regulado, esta regra se aplica independentemente do número de pessoas presentes na reunião. Basta que haja um convite do fornecedor para uma pessoa para organizar uma demonstração de bens ou serviços, e que o consumidor participe deste evento, mesmo que acabe sendo o único destinatário do convite para que o regime seja aplicável aos contratos celebrados nessas condições.

Em resumo, ao combinar o primeiro parágrafo com esta alínea, conclui-se que, em qualquer situação em que exista uma relação de consumo, desde que não esteja envolvido um dos bens ou serviços excluídos pelo artigo 14 e não tenha ocorrido um

⁴¹¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 176.

pedido expresso prévio de um consumidor para que um fornecedor se desloque ao seu domicílio ou ao domicílio de outro consumidor com o objectivo de celebrar qualquer contrato, aplica-se o regime dos contratos celebrados no domicílio ou equiparados a estes⁴¹².

Uma questão intrigante é se as disposições se estendem aos contratos celebrados pelo consumidor que tenha organizado o encontro. A resposta a essa pergunta depende, em grande parte, da relação que o organizador do evento tem com o fornecedor. Se as reuniões forem organizadas de forma regular e com o intuito comercial para o organizador, mesmo que ele também possa ser considerado consumidor naquela relação específica, o regime não se aplica, pois ele não está sob pressão para celebrar o contrato⁴¹³.

3.1.2.4.5. Contratos celebrados em excursões

A prática comum de empresas é organizar excursões com o propósito de promover a venda de produtos ou serviços. Geralmente, essas excursões são oferecidas gratuitamente ou a um custo simbólico, em reconhecimento ao serviço proporcionado, e o principal objectivo da empresa é garantir a celebração de contratos durante essas viagens⁴¹⁴.

A protecção ao consumidor se justifica pelo facto de ele estar em um ambiente desconhecido, sujeito a abordagens agressivas por parte do profissional e às demonstrações dos produtos ou serviços. O facto de as deslocações serem custeadas total ou parcialmente pelo profissional pode criar no consumidor um sentimento de obrigação moral de contratar⁴¹⁵.

A influência sobre os consumidores é significativa, pois além de estarem sob pressão ao se encontrarem em um local desconhecido escolhido pelo profissional, têm dificuldade em sair do local da demonstração e podem ser expostos a táticas agressivas de venda. Ao participarem da excursão de forma gratuita ou por um valor simbólico, podem sentir-se moralmente obrigados a fazer uma compra. Para isso, o fornecedor deve organizar a viagem,

⁴¹² CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 176.

⁴¹³ Neste sentido CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 177.

⁴¹⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 178.

⁴¹⁵ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 137.

sendo um dos objectivos a venda de bens ou serviços, seja por ele próprio ou por outro fornecedor com quem tenha alguma relação comercial. Embora não seja necessário que a venda seja o único objectivo da viagem, deve ser um dos propósitos principais⁴¹⁶.

A publicidade relativa a excursões e hotelaria, viagens e turismo deve ser realizada de maneira que não desiluda as expectativas do consumidor destinatário. O material publicitário produzido (folhetos, panfletos, anúncios, etc.) precisam conter informações relevantes quanto a: organização responsável pela promoção do evento, informações suficientes sobre as características do transporte, as rotas, a duração da viagem, as acomodações e a refeição e as condições sobre o cancelamento⁴¹⁷. No entanto, essa norma regula apenas os conteúdos de publicidades para realização de excursões, que se mostra menos agressiva do que a publicidade com ocorra já no decurso da excursão.

3.1.2.5.5. Contratos celebrados em local indicado pelo profissional

Entre as várias formas de celebrar contratos, esta pode ser a que mais problemas apresenta hoje em dia no que se refere à protecção dos consumidores, juntamente com os contratos realizados fora do estabelecimento. É uma prática bastante comum: o consumidor recebe uma ligação telefónica de um representante de uma empresa, informando que ganhou um prémio, como uma viagem ou um electrodoméstico, e só precisa ir a um local específico para recebê-lo; lá, o consumidor precisa assistir a uma apresentação de um produto ou serviço e é confrontado com uma técnica de venda muito agressiva e persuasiva, o que o leva a celebrar um ou mais contratos. Outra prática semelhante é abordar uma pessoa na rua e convidá-la a entrar em um estabelecimento comercial, onde é então sujeita a uma técnica de venda agressiva⁴¹⁸.

O contrato precisa ser firmado no local especificado pelo fornecedor; o consumidor deve se dirigir a esse local por sua própria iniciativa e responsabilidade; e essa

⁴¹⁶ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 178.

⁴¹⁷ Cfr. art.º 38 do Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto.

⁴¹⁸ Ainda no mesmo sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., pp. 179-180.

deslocação particular deve ser organizada pelo fornecedor como parte de uma actividade promocional⁴¹⁹.

No que diz respeito ao primeiro ponto, é importante notar que esta regra não limita a aplicação do regime apenas aos contratos feitos fora do estabelecimento comercial do fornecedor. Pelo contrário, os contratos celebrados dentro do estabelecimento comercial do fornecedor também estão sujeitos à regra e são comuns sob este regime. Por isso, ao contrário não se concentra exclusivamente nos contratos feitos fora do estabelecimento. A exigência de que o consumidor se desloque ao local determinado pelo fornecedor por sua própria conta e risco deve ser interpretada de forma restrita, considerando a intenção da regra. O objectivo é proteger o consumidor quando ele é chamado pelo fornecedor para ir a um local específico, onde será exposto a uma técnica de venda de produtos, sem que seja relevante a forma como o consumidor chega ao local indicado⁴²⁰.

Em Moçambique a mais emblemática feira para a divulgação de produtos ou serviços organiza-se anualmente e é denominada de FACIM (Feira Internacional de Maputo) organizada de IPEX (Instituto para de Apoio a Exportação), cujo principal objectivo cinge-se na estimulação da produção, promoção do intercambio comercial, incentivo ao consumo e a integração do país na economia global.

Trata-se de um evento que dura no máximo duas semanas nas quais os fornecedores expõem os produtos e serviços e socorrem-se das mais diversificadas formas de persuasão dos consumidores que visitam a exposição. Considera-se um espaço de elevada competitividade, na qual se colocam em actuação diversos comerciantes até com produtos e serviços similares que buscam enquanto a feira durar fortificar as suas relações com os eventuais clientes.

Por mais que se o fornecedor monte uma estrutura organizacional com características parecidas com as do estabelecimento habitual, estar-se-á no caso vertente diante de um estabelecimento ocasional, criado concretamente para atender as necessidades pontuais daquele evento, e a intenção inicial do consumidor mais do que a de celebrar um negócio

⁴¹⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 180.

⁴²⁰ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 181, “assim, por sua conta e risco deve ser interpretado restritivamente, no sentido de deslocação voluntário no local indicado pelo fornecedor”.

traduz-se na ideia de apreciar a exposição e possivelmente contratar como uma opção consequente da primeira.

Nesse espaço, claramente que o consumidor se vê confrontado com inúmeras formas de publicidade altamente agressivas e em contacto com um ambiente de consumo que o deixa efectivamente vulnerável e propenso em celebrar contratos sem o devido tempo para a reflexão, o que aumenta em larga medida as chances de a curto prazo se arrepender.

3.1.2.4.6. Contrato de crédito ao consumo celebrado fora do estabelecimento comercial

Apesar de não serem concluídos fora do estabelecimento, é muito comum nos dias que correm que as instituições vocacionadas a concessão de créditos bancários, realizem propostas para celebração de contratos de concessão de créditos ao consumo fora do local onde habitualmente se realizam as actividades comerciais, através de campanhas de angariação de clientes caracterizada pela deslocação dos trabalhadores bancários, normalmente os gestores de clientes para as locais que se encontrem potenciais consumidores, geralmente as instituições de trabalho⁴²¹.

Tais campanhas de angariação de clientes, para além do incremento nos lucros dessas instituições bancárias como resultado da massiva concessão de créditos reembolsáveis com taxas de juros consideravelmente altas, constituem vantagens para os colaboradores (gestores de clientes) que normalmente auferem algum ordenado a mais no seu vencimento mensal, razões pelas quais impõem o máximo esforço possível para tal angariação.

Sucedem, que para alcance do objectivo imediato de amealhar benefícios aliado a fragilidade do consumidor que em muitas das vezes se encontra em situação de carência financeira, torna possível a celebração de um contrato sem que a devida reflexão seja realizada.

Os documentos exigidos para a conclusão do contrato, bem como o preenchimento dos formulários correspondentes, é realizada no local do primeiro contacto ou

⁴²¹ A campanha Centro de Desenvolvimento de Sistemas de Informação de Finanças (CEDSIF) do Banco Comercial de Investimentos dedica especificamente a concessão de créditos ao consumo aos funcionários públicos, na qual o processo de angariação de clientes passa pelo deslocamento dos colaboradores do banco para escolas ou outras repartições públicas.

em outro convencionado pelas partes, e o consumidor em nenhum momento tem a necessidade de se deslocar para a agência bancária afim de tratar qualquer questão que seja relacionada com o contrato de financiamento.

Significa que, todo esse processo de contratação, que não é por sinal isolado, ocorre sem o amparo de um instrumento normativo regulador de acordos celebrados com especificidades que tais que submetem ao consumidor em acentuado risco de lesão aos seus interesses, tendo que recorrer para solucionar eventuais conflitos resultantes do contrato a leis gerais do sistema.

3.1.2.5. Deveres de informação pós-contratual

Sucedo igualmente que após a cessação do contrato essa necessidade de prestação de informação seja imposta. Entende-se, assim, que são impostos deveres de determinado comportamento não apenas enquanto perdurar a relação contratual, bem como em diferentes outras circunstâncias, nomeadamente, antes da celebração e após a extinção do vínculo contratual. No entender do legislador, a existência de deveres entre as partes que transcendam a constância do contrato, é justificado no comportamento pouco adequado susceptível de causar danos, pelo que uma qualquer conduta omissiva anterior ou posterior a celebração contratual pode ser importante para aferir e determinar-se se foi ou não lesiva⁴²².

A obrigação de prestação informação e pautar pela conduta de boa-fé, precisa avaliada em diferentes episódios nomeadamente, antes, durante e após a celebração do contrato. Há sempre que analisar, em todos os casos, em que termos ele se considera omissivo e em que moldes a responsabilização irá incorrer.

Pode verifica-se que os sujeitos estabeleçam regras para a negociação de um contrato, prevendo-se custos a serem suportados, e por alguma razão o mesmo não venha a ser celebrado, ou meso tendo sido celebrado, mais tarde por inobservância de qualquer formalidade imposta por lei ou convenção se considere invalido por responsabilidade individual de uma das partes por virtude de ter frustrado as expectativas de quem se comporta de boa-fé.

⁴²² TIMBANE, Tomas, *A Responsabilidade Pré-Contratual no Direito Moçambicano: Novos Desenvolvimentos*, cit. p. 353.

Não se encontram decisões que traduzem o tema abordado especificamente com a profundidade necessária, numa conclusão aproximada da verdade, se deve a redução da ocorrência de processos desta natureza, apesar da sua incontestável relevância quotidiana. De qualquer forma, existem os Acórdãos que tiveram como Relator o Juiz Conselheiro, Dr. Mário Mangaze em sede do Proc. n.º 03/97 e Proc. n.º 37/2006 (V. Acórdãos do Tribunal Supremo – Jurisdição Cível, de Menores e Laboral, 2009-2012 (2012), Vol. II, Tribunal Supremo, Maputo, pp. 68-73 e 284-289), e posteriormente no Proc. n.º 24/2018, que teve como Relator o Juiz Conselheiro, Dr. Adelino Muchanga (V. Acórdãos de Tribunal Supremo – Jurisdição Cível, de Menores e Laboral, 2015-2021 (2023), Vol. II, Tribunal Supremo, Maputo, pp. 421-426, no concernente a violação do dever de informação, permite sublinhar que a temática não se mostra completamente ignorada na jurisprudência em Moçambique, mesmo que as citações feitas sejam extremamente vagas e generalizadas e não se permite aferir como é que os Tribunais moçambicanos abordam as diversas vicissitudes sugeridas pelo assunto. De igual modo, pode-se consultar o Acórdão da Secção Cível do Tribunal Superior de Recurso da Beira, proferido no Proc. n.º 121/2017, relatado pela Juíza Desembargadora, a Dr. Hirondina Pumula (não publicado) que aborda sobre a temática da boa-fé no âmbito da responsabilidade contratual⁴²³.

De qualquer forma, as regras impostas de dever de informação pós-contratual nos contratos fora do estabelecimento, são aplicáveis em tudo quanto não colidir com as regras aplicáveis aos contratos celebrados à distância.

3.1.3. O direito de arrependimento

3.1.3.1. Considerações gerais

Instituto jurídico novo, pelo menos a nível dos instrumentos normativos moçambicanos, traduz-se indubitavelmente no aspecto mais relevante da nossa pesquisa. Trata-se porém, de uma figura designada por uma pluralidade de nomenclaturas de acordo com cada escola ou autor (direito de desistência, direito de resilição, direito de destrato, direito de livre resolução, direito de exoneração unilateral, etc.) cujo elemento teleológico se consagra o mesmo, na possibilidade de quem celebra contratos sob determinadas condições pouco comuns, poder dentro de certo prazo desistir da sua execução ou cumprimento pelo simples facto de ter perdido interesse pela aquisição do bem ou serviço objecto de contrato, desde que não cause prejuízos a contraparte.

⁴²³ TIMBANE, Tomas, *A Responsabilidade Pré-Contratual no Direito Moçambicano: Novos Desenvolvimentos*, cit. pp. 353-354, desenvolve que “apesar de a pesquisa cingir-se nos Tribunais Superiores (V. Acórdãos de Tribunal Supremo e Acórdãos dos Tribunais Superiores de Recurso em <http://www.ts.gov.mz/index.php/pt/jurisprudencia/acordaos-do-tribunal-supremo>) e nos Tribunais Superiores de Recurso (<http://www.ts.gov.mz/index.php/pt/jurisprudencia/acordaos-dos-tribunais-superiores-de-recurso>).

As relações de consumo com que hoje nos familiarizamos em nada se assemelham com as existentes antes da Revolução Industrial. O contacto directo entre os fornecedores e os consumidores era a chave das primeiras relações de consumo⁴²⁴. Com a Revolução Industrial em primeiro lugar, e seguidamente com a Revolução Tecnológica assistimos a perda da interpessoalidade nas relações de consumo, começamos a nos deparar com a massificação da produção onde a maior preocupação passou a ser a obtenção de lucro e não a perfeição do produto⁴²⁵.

Tudo isto levou a criação de produtos com mais falhas, onde o erro é uma variável mais constante, tornando-se o consumidor mais vulnerável, pois a preocupação não passa apenas pela sua protecção⁴²⁶. Mostrou-se então necessário criar um sistema de protecção normativa que pensasse em primeiro lugar no consumidor e, não no produto e na possibilidade de lucro que este pode trazer para o fornecedor, surgindo assim o Direito de Arrependimento accionado a relações de consumo de determinada natureza.

O direito de arrependimento⁴²⁷ é um direito subjectivo potestativo, que dispensa a indicação dos motivos que levam ao seu exercício e o pagamento de qualquer montante indemnizatório. Este modo de desvinculação – desistimento unilateral⁴²⁸ – atribuído ao consumidor de forma discricionária, é reconhecido pela ordem jurídica, como uma vantagem, capaz de lhe permitir uma reflexão sobre o negócio celebrado, e, se a tal ponderação chegar, desvincular-se das obrigações inerentes a este. Este direito pressupõe, “em regra, a conclusão instantânea de um contrato de consumo”⁴²⁹.

Seguindo a perspectiva de CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA, o direito mencionado abrange todas as circunstâncias em que a lei concede a um dos envolvidos na transacção a capacidade de encerrar o contrato sem motivo específico e sem a necessidade de

⁴²⁴ VILCHES, Bianca Medeiros, *Defesa do Consumidor: Vício do Produto e o Direito de Arrependimento*, Monografia, Faculdade de Direito Presidente Prudente, São Paulo, Novembro de 2011, p. 12.

⁴²⁵ MENDONÇA, Mariana Patrícia dos Santos, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados pela Internet*, cit. p. 24.

⁴²⁶ PERREIRA, Joana Duarte, *O Direito de Arrependimento do Consumidor nos Contratos Celebrados à Distância: Um Estudo Comparado*, Dissertação de Mestrado em Direito dos Contratos e da Empresa, Universidade do Minho, 2015, p. 15.

⁴²⁷ Nas diversas ordens jurídicas, pode designar-se por: “*withdrawal right*”, “*derecho al desistimiento*”, “*droit de repentir*”, “*diritto di ripensamento*”, “*widerrufsrecht*”.

⁴²⁸ TOLSADA, Mariano Yzquierdo, MENDIZÁBAL, Ingo Navaro e MÉRIDA, Maria de Pino Acosta, *Manuales Basicos*, Barcelona, Cálamo, 2005, p. 34.

⁴²⁹ PROENÇA, José Carlos Brandão, *A Desvinculação não Motivada nos Contratos de Consumo, Um Verdadeiro Direito de Resolução?* In *Revista da Ordem dos Advogados*, Vol. I, 2010, p. 18.

uma contrapartida, dentro de um período determinado, por meio de uma declaração unilateral. No caso em concreto, o foco está na eficiência e na criação de “pressupostos inovadores e radicalmente simples”, além de abordar questões mais subtis de coerção, engano e exploração decorrentes da sociedade de consumo⁴³⁰.

Tal como uma arma de arremesso, este é criado para superar as soluções clássicas atribuídas para combater os vícios de vontade⁴³¹, sem ter associada, contudo, uma finalidade sancionatória, nem escopo compensatório de prejuízos.

De facto, o regime civil tradicionalmente aplicado, tem vindo a tornar-se incapaz de solucionar as vicissitudes inerentes ao contrato de consumo, pelo que, dessa preocupação resultou a apresentação de distorções com o objectivo de proteger os consumidores⁴³², rompendo-se com (alguns) dos pressupostos da teoria geral do direito civil.

Este direito potestativo é um poder, maioritariamente atribuído por lei, pelo que, através da declaração de vontade, há uma desvinculação do contrato celebrado. Ora, data a sua natureza (potestativa), a contraparte encontra-se num estado de sujeição, pelo que, o seu exercício verifica-se, independentemente da sua vontade, ou mesmo contra ela, não sendo necessário o pagamento de qualquer montante, a título de indemnização⁴³³.

Quanto à retroactividade na execução do direito, destaca-se que geralmente é retroactiva – eficácia *ex tunc*. No entanto, quando o consumidor precisa pagar pelo bem ou serviço prestado durante o período de incerteza da condição, a eficácia é a partir daí – *ex nunc*⁴³⁴.

Em resumo, de acordo com uma descrição fornecida pela jurisprudência, esse direito “representa a (...) única maneira de desfazer validamente o negócio, protegendo-o da impulsividade que pode ter ocorrido no momento em que decidiu se comprometer”, tornando desnecessário o cumprimento da “palavra dada” pelo consumidor⁴³⁵.

⁴³⁰ Neste sentido, ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo*, Almedina, cit., p. 103.

⁴³¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito de Consumo*, cit., p. 111.

⁴³² LEITÃO, Luís de Menezes, *Direito das Obrigações – Contratos em Especial*, Vol. III, Almedina, Lisboa, 2013, p. 123.

⁴³³ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 78, e ainda no mesmo sentido, ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo*, Almedina, cit., p. 109.

⁴³⁴ Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito de Consumo*, cit., p. 111.

⁴³⁵ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo*, cit., p. 109.

Podemos destacar cinco elementos essenciais na definição do direito de arrependimento: o período de tempo disponível para sua aplicação, a origem desse direito, o custo envolvido, a capacidade de decisão unilateral e o motivo subjacente. O prazo estabelecido para o exercício desse direito é crucial, pois permitir que o consumidor se arrependa indefinidamente seria claramente desproporcional. Aliás, essa hipótese constituiria um abuso do direito se este, após se encontrar em silêncio durante um período de tempo considerável, levando o fornecedor a acreditar na plena satisfação em relação ao bem ou serviço, accionasse o seu direito ao arrependimento porventura quando esses se tornassem obsoletos ou desinteressantes. É condição para o exercício do direito que a comunicação efectuada cumpre a referência temporal que a lei, ou outro contrato determinam⁴³⁶.

O prazo acaba por ser um dos elementos essenciais do direito de arrependimento, afigura-se como uma espécie de limite para não se entrar no campo lesivo do fornecedor, não podendo então a desvinculação por parte do consumidor ser feita a qualquer tempo⁴³⁷, situação que inegavelmente colocaria o fornecedor em uma situação de incerteza sobre a efectiva consagração do acordo e o deixaria em iminente situação de soma de prejuízos no negócio.

Relativamente a fonte, já sabemos que nem toda a relação jurídica de consumo faz nascer este direito, sendo, por isso, necessário que a lei o preveja. Se tal não acontecer, a única válvula de escape que permite a sua existência, é por hipótese, se os intervenientes contratuais assim o determinarem⁴³⁸.

Quanto ao preço, ao exigir-se o valor do bem ou serviço como contrapartida do direito seria desvirtuar a sua essência, pois seria mais vantajoso para o consumidor mantê-lo em sua posse. A Directiva 2011/83/EU compreende a hipótese do pagamento das despesas pelo profissional tenha tido com o cumprimento do contrato, sendo que se compreende que este não deva suportar o prejuízo, pelo menos integralmente. Não pode, todavia, descuidar que será ilícito que o consumidor adquira este direito a título oneroso, se tiver sido consagrado

⁴³⁶ Ainda no mesmo sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito de Consumo*, cit., p. 112, evidencia “a inexistência de normas de direito de fonte contratual, pelo que será especialmente relevante o acordo entre as partes”.

⁴³⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 340.

⁴³⁸ VARELA, João de Matos Antunes, *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, Lisboa, 2009, pp. 327-328

contratualmente. Nesta hipótese, deve atender-se ao *quantum* exigido, para que não haja, comprovadamente, a referida fuga elegante por parte do vendedor⁴³⁹.

A unilateralidade é característica imprescindível para o exercício do direito do arrependimento, cabendo ao consumidor, por si, decidir se pretende lançar mão ao instituto; caso a resposta seja afirmativa, fã-lo-á mesmo sem a concordância do outro contraente⁴⁴⁰.

A indicação do motivo, para o exercício do direito, é desnecessária e independente, facilitando-se esta conduta. Esta é a característica capaz de destrincar o instituto de outras figuras próximas, como se verá, por exemplo, quanto a resolução. Há neste aspecto, um desvio face a regra da teoria geral da relação jurídica, sendo o consumidor beneficiado com a possibilidade de se desvincular do contrato sem que lhe seja exigido um motivo, bastando a intenção de seguir este rumo e respeitar o prazo inerente⁴⁴¹.

A existência deste instituto permite ao consumidor o tempo necessário para reflectir sobre a sua compra, pois uma vez que quando celebra o contrato pode não existir esse tempo fundamental, dando-lhe a possibilidade de “desistir” do mesmo contrato acaba por protegê-lo de tomar decisões de forma precipitada⁴⁴².

O direito de arrependimento vai oferecer uma maior protecção aos consumidores não só que contratam fora do estabelecimento comercial, como por telefone, correspondência, televisão, meios electrónicos, etc.⁴⁴³.

⁴³⁹ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 78, e ainda no mesmo sentido, DE ALMEIDA, CARLOS FERREIRA, *Direito do Consumo*, cit., p. 78, sobre a protecção de que “Qualquer cláusula que exija que o consumidor pague valores para exercer esse direito deve ser considerada abusiva e, consequentemente, nula de pleno direito”.

⁴⁴⁰ VIEIRA, Daniela Nilza Teles, *Direito de Arrependimento nos contratos de consumo* – Dissertação de Mestrado em Direito Civil, UNIVERSITAS CATHOLICA LVSITANA, Porto, 2015, p. 11.

⁴⁴¹ Portugal, Alemanha, Suécia, Dinamarca e Finlândia já tinham alargado o prazo para o exercício do direito de arrependimento para 14 dias, enquanto que em Itália se optou por um prazo mais reduzido, 10 dias. Moçambique, conta com um prazo mais reduzido ainda, que se segue o de 7 dias.

⁴⁴² ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito de Consumo*, cit., p. 107.

⁴⁴³ LARA, Beatriz Furtado, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Electrónicos de Consumo*, Centro Universitário de Brasília, p. 27.

3.1.3.2. Princípios do Direito de Arrependimento

O direito de arrependimento é norteado por inúmeros princípios e deveres de conduta que alicerçam o seu exercício⁴⁴⁴.

O princípio da boa-fé assume aqui um papel fundamental na regulamentação da relação contratual. Houve uma evolução na conceitualização e na forma como este princípio era encarado, tendo para isso contribuído em larga medida o desenvolvimento verificado em diferentes ordenamentos jurídicos. Em Moçambique, este encontra previsão legal no art.º 227 do CC, na sua parte objectiva;

Este princípio, exige das partes que ajam de forma honesta e leal por forma a garantir o equilíbrio contratual⁴⁴⁵.

Sendo o contrato um acordo de vontades gera obrigações aos contraentes. Desta forma importa ter a noção dos deveres integrantes desta relação obrigacional; temos os deveres principais que dependem do tipo de contrato feito⁴⁴⁶. Não podendo, contudo, ser esquecidos os deveres secundários, que nestas relações obrigacionais, como nas restantes existentes, devem de igual forma ser cumpridos⁴⁴⁷.

Por último, mas não menos importante, o dever de informação. Este dever é um dos mais importantes, pois trata-se de um instrumento essencial nas relações de consumo, ainda mais nas relações celebradas electronicamente⁴⁴⁸; sendo que consiste na obrigação de informar não apenas sobre o produto como também sobre o conteúdo do contrato⁴⁴⁹.

A informação é algo básico e basilar nas relações de consumo, sendo uma decorrência do princípio da transparência. Nas relações de consumo a informação é ofertada

⁴⁴⁴ MENDONÇA, Mariana Patrícia dos Santos, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados pela Internet*, cit. p. 27.

⁴⁴⁵ PINTO, Carlos Alberto da Mota, *Teoria Geral do Direito Civil*, 4ª Ed., por António Pinto Monteiro e Paulo Monta Pinto, Coimbra Editora, 2005, p. 56.

⁴⁴⁶ PEREIRA, Joana Duarte, *O Direito de Arrependimento do Consumidor nos Contratos Celebrados à Distância*, cit., p. 28.

⁴⁴⁷ MENDONÇA, Mariana Patrícia dos Santos, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados pela Internet*, cit. p. 28.

⁴⁴⁸ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 64.

⁴⁴⁹ PEREIRA, Joana Duarte, *O Direito de Arrependimento do Consumidor nos Contratos Celebrados à Distância*, cit., p. 30.

em dois momentos, um ainda na fase pré-contratual e o outro já atinente ao momento da formalização do contrato, e paralelamente do acto de consumo⁴⁵⁰.

3.1.3.3. Denominação e Natureza Jurídica

Como se pode observar, a designação dada a este direito quer na legislação quer na doutrina torna-se variada. Encontram-se referências, entre outras, a direito de desistir (artigo 21, n.º 5 da Lei n.º 22/2009, de 28 de Setembro que aprovou a Lei de Defesa do Consumidor), a direito de retracção (artigo 26 do Decreto n.º 27/2016, de 18 de Julho – epigrafe), a direito de desistência (artigo 26, n.º 2 do Decreto n.º 27/2016, de 18 de Julho, que aprovou o Regulamento da Lei de Defesa do Consumidor), e no (art.º 4 do Aviso n.º 8/GBM/2021, de 22 de Dezembro, aprovou o Código de Conduta das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras e de Protecção do Consumidor Financeiro e a direito à livre resolução (artigo 45 da Lei n.º 3/2017, de 31 de Dezembro), a direito de livre cancelamento (artigo 45 da Lei n.º 3/2017, de 31 de Dezembro), a direito de reflexão, a direito de repensar e a direito de arrependimento⁴⁵¹.

Para melhor percepção, neste trabalho, optou-se pela última, por se tratar de uma figura distinta, que não deve se integrar em nenhuma das outras figuras, como vemos abaixo:

A retractação é um instituto específico do direito em Moçambique, referindo-se à uma declaração destinada a anular os efeitos de outra declaração. É necessário que o destinatário esteja ciente dela antes ou simultaneamente com a outra para que seja válida⁴⁵².

O número 2 do artigo 230 do Código Civil trata da possibilidade de retractação da proposta contratual, onde se estabelece que se o destinatário receber a retractação do proponente simultaneamente com a proposta, ou antes dela, ou se tiver conhecimento dela de outra forma, a proposta fica sem efeito. Enquanto o direito de arrependimento se aplica aos contratos já celebrados, não é apropriado falar em direito de retractação nesse contexto. No

⁴⁵⁰ BEZERRA, Clarisse Silva, *A Informação nas Relações de Consumo*, Lisboa, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2007, p. 13.

⁴⁵¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 414.

⁴⁵² DE ALMEIDA, CARLOS FERREIRA, *Direito do Consumo*, cit., p. 113, defende que “excluída estará a retracção, que é uma declaração cuja eficácia é anterior a eficácia da declaração retractada”.

entanto, pode-se considerar uma situação de retractação do arrependimento, na qual o consumidor envia uma declaração ao profissional desistindo do exercício do direito. Essa declaração será válida se chegar ao conhecimento do profissional simultaneamente ou antes da declaração de arrependimento, impedindo assim os efeitos desta última⁴⁵³.

Quanto à figura de revogação, embora alguns doutrinários considerem possível que ela seja unilateral, parece que essa não é a terminologia mais apropriada, uma vez que é geralmente usada para situações em que o acto jurídico é encerrado pela vontade do seu autor (se houver apenas um autor) ou dos seus autores (se houver mais de um autor). Como se trata de um contrato, o acto jurídico tem mais de um autor, então a revogação se refere à forma de extinção por acordo entre as partes⁴⁵⁴.

Além desse ponto, é importante notar que a revogação costuma ter efeitos prospectivos, ao passo que, como discutido anteriormente, o direito de arrependimento frequentemente possui eficácia retroactiva na maioria das situações⁴⁵⁵.

O direito de resolução e o direito de arrependimento são conceitos bastante semelhantes, especialmente quando se aplica ao contrato com uma condição resolutiva. Geralmente, considera-se que a resolução precisa ser fundamentada, ou seja, deve haver uma razão legal ou contratual válida para exercer o direito. No entanto, o direito de arrependimento é, por natureza, sem motivo específico, o que significa que, para aqueles que vêm a necessidade de uma razão como requisito para a resolução, o direito de arrependimento não se enquadra na categoria de direito de resolução do contrato⁴⁵⁶.

Para destacar a semelhança com a resolução, sem, ao mesmo tempo, associar completamente as figuras, em parte da legislação optou-se pelo uso da expressão “direito de livre resolução”. Embora seja uma formulação simples e atraente, não é a solução ideal para o problema. Em primeiro lugar, porque ainda está fortemente ligada à resolução do contrato e, como mencionado, nem sempre a lei portuguesa (ou moçambicana) segue o modelo de eficácia

⁴⁵³ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 414.

⁴⁵⁴ PRATA, Ana, *Dicionário Jurídico*, Vol. I, cit., p. 1320.

⁴⁵⁵ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português* – Vol. II – Direito das Obrigações, Tomo IV, Almedina, Coimbra, 2010, p. 339, considera que “a revogação não é retroactiva”.

⁴⁵⁶ REBELO, Fernanda Neves, *“O Direito de Livre Resolução no Quadro Geral do Regime da Protecção do Consumidor”*, cit., p. 612, e OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, cit., p. 109.

resolúvel do contrato. Em segundo lugar, porque não enfatiza suficientemente a especificidade da figura, sendo preferível adoptar uma terminologia própria para esse efeito⁴⁵⁷.

A designação “direito de arrependimento” é considerada mais apropriada nesse contexto, pois busca abranger todos os casos em que é concedido ao consumidor, seja por lei ou contrato, o direito de se desvincular unilateralmente de um contrato, sem a necessidade de fornecer uma justificação⁴⁵⁸.

A principal característica do direito de arrependimento é que o contrato em que é concedido é celebrado sob uma condição legal e potestativa. Em certos casos, de acordo com o regime jurídico aplicável, essa condição é suspensiva, o que significa que a eficácia do contrato depende do consumidor não exercer o direito de arrependimento. Em outros casos, a condição é resolutiva, o que significa que o exercício do direito resulta na cessação dos efeitos do contrato.

A circunstância de o exercício do direito ter ou não eficácia retroactiva é variável de acordo com o regime jurídico legalmente definido. Embora estatisticamente a regra seja a retroactividade (eficácia *ex tunc*), quando o consumidor tem que pagar pelo bem ou serviço efectivamente prestado durante o período de pendência da condição, o exercício do direito tem eficácia *ex nunc*⁴⁵⁹.

3.2. Direito de arrependimento nos contratos celebrados à distância

O consumidor exerce o direito de resolução ao enviar uma carta registada com aviso de recepção para o contratante ou para a pessoa indicada, comunicando a sua vontade de resolver o contrato.

O exercício do direito é considerado efectuado quando o consumidor expressa sua intenção ao fornecedor de maneira oportuna e de modo que este a compreenda. Além disso, destaca-se que a necessidade de enviar uma carta registada com aviso de recebimento não é uma formalidade essencial para a validade do exercício do direito de resolução, mas sim uma

⁴⁵⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 416.

⁴⁵⁸ De acordo com o mesmo autor, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 416.

⁴⁵⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 416

formalidade para comprovar o exercício desse direito. Essa exigência de formalidade visa proteger o consumidor e não pode ser usada pelo fornecedor como justificativa⁴⁶⁰.

A abordagem varia entre os diferentes sistemas jurídicos que incorporaram a Directiva. Em certos casos, essa questão não é abordada, e nos casos em que é, podem existir disparidades, embora em nenhum deles a formalidade exigida seja tão rigorosa⁴⁶¹.

No direito italiano, conforme estipulado pelo artigo 52 do *Codice del Consumo*, a resolução do contrato ocorre mediante o envio de uma comunicação escrita para o endereço do profissional, utilizando carta registada com aviso de recepção. Esta comunicação pode ser realizada também por meio de telegrama, telex, correio electrónico ou fax, desde que seja confirmada por carta registada com aviso de recepção dentro de quarenta e oito horas. No entanto, o aviso de recepção não é considerado essencial para comprovar o exercício do direito de resolução. Adicionalmente, se expressamente indicado na oferta ou nas informações sobre o direito de resolução, a devolução da mercadoria recebida é suficiente em vez de uma comunicação específica⁴⁶².

No contexto do direito espanhol, o artigo 70 do Real Decreto Legislativo 1/2007, aborda os requisitos para a manifestação do direito de desistência, indicando que “não será necessário cumprir qualquer formalidade específica, sendo suficiente que seja expresso de qualquer forma permitida pela lei. Em todo caso, será considerado validamente exercido através do envio do documento de desistência ou pela devolução dos produtos recebidos”⁴⁶³.

Em primeiro lugar, a disposição do número 5 do artigo 6 pode ser interpretada como uma sugestão de uma forma conveniente, visando principalmente facilitar a comprovação do exercício do direito pelo consumidor, sem necessariamente excluir outras formas de exercício. Em segundo lugar, é importante considerar uma abordagem sistemática das várias disposições do diploma, de modo a entender que não há motivo para fazer uma distinção entre os contratos celebrados à distância e aqueles celebrados no domicílio ou em circunstâncias semelhantes neste aspecto específico. Isso é evidenciado pelo fato de que o

⁴⁶⁰ CARVALHO, Jorge Morais, “*Comercio Electrónico e Protecção dos Consumidores*”, cit., p. 59.

⁴⁶¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 345.

⁴⁶² CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 345.

⁴⁶³ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 345.

envio de carta registada com aviso de recepção é aceite para o exercício do direito, conforme estipulado no artigo 18, número 5, sem impedir outras formas de notificação. Assim, outras formas de notificação são igualmente válidas de acordo com o diploma, garantindo o tratamento equitativo das diferentes situações⁴⁶⁴.

Nesse sentido, considera-se que o envio de carta registada com aviso de recepção não é nem mesmo uma formalidade para provar o exercício do direito. Essa conclusão implica a não aplicação do número 2 do artigo 364 do Código Civil, que especifica que o documento necessário para comprovar a declaração só “pode ser substituído por confissão expressa, judicial ou extrajudicial, desde que, neste último caso, a confissão conste de documento com igual ou maior valor probatório”⁴⁶⁵.

Os meios apropriados para exercer o direito são aqueles que possibilitam o registro da declaração, como o fax ou o envio de carta registada com aviso de recebimento, uma vez que fornecem uma prova ao consumidor. A devolução dos bens equivale a comunicar a vontade de desistir do contrato, representando uma declaração implícita, inferindo-se a intenção de desistência do facto em si, que é a própria devolução. Mesmo que se considerasse que a carta registada era uma forma exigida para validar o arrependimento, ainda assim esse arrependimento poderia ser deduzido da devolução dos bens (através de envio pelo correio registado), uma vez que “o carácter formal da declaração não impede que ela seja emitida implicitamente, desde que a forma tenha sido observada no que diz respeito aos fatos que a declaração se baseia”⁴⁶⁶.

3.2.1. Prazos para o exercício do direito de arrependimento nos contratos celebrados à distância

Em termos de prazos, é importante distinguir entre os efeitos que decorrem da celebração do contrato, especialmente durante o período em que o consumidor tem o direito de arrependimento, e os efeitos resultantes do exercício efectivo desse direito pelo consumidor.

⁴⁶⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 346.

⁴⁶⁵ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 346.

⁴⁶⁶ Cfr. art. ° 217, n. ° 2 do CC.

A lei não trata explicitamente dessa questão, sendo aplicáveis as regras gerais ou especiais relativas ao contrato em questão. O contrato produzirá os efeitos típicos conforme estabelecido na legislação. Portanto, no caso de um contrato de compra e venda, a propriedade da coisa é transferida por mero efeito do contrato se se tratar de um item específico (de acordo com o artigo 408, n.º 1, do Código Civil), e normalmente no momento do cumprimento se se tratar de um item genérico (conforme o artigo 541 do Código Civil). Nas relações de consumo, especialmente nas vendas à distância, o objecto do contrato geralmente é uma coisa genérica, e o momento da recepção do bem pelo consumidor coincide com o momento em que a obrigação é cumprida e a propriedade é transferida⁴⁶⁷.

Como detentor da propriedade da coisa, o consumidor tem o direito exclusivo de usar, desfrutar e dispor dela conforme estabelecido no artigo 1305 do Código Civil. Portanto, o consumidor tem o direito de experimentar e utilizar normalmente o bem adquirido. O profissional não pode impedir o exercício do direito de arrependimento alegando que o consumidor utilizou o bem, nem pode solicitar compensação financeira com base na suposta desvalorização ou uso do bem. Além disso, além dos limites estabelecidos pela boa-fé ao exercer qualquer direito (conforme o artigo 334 do Código Civil), em alguns casos, o uso do bem pode implicar uma renúncia tácita ao direito de arrependimento, conforme previsto por fontes legais⁴⁶⁸.

Relacionada à questão da transferência de propriedade está a transferência do risco. A legislação não trata dessa questão especificamente no contexto do direito de arrependimento, então parece aplicar-se o regime geral conforme o artigo 796 do Código Civil. Em um contrato de compra e venda de coisa genérica, o risco de perda ou deterioração da coisa passa para o consumidor a partir do momento em que a obrigação é cumprida, ou seja, geralmente a partir da entrega do bem⁴⁶⁹.

Em uma análise jurídica, é possível considerar que os contratos celebrados à distância, nos quais existe o direito de arrependimento, são celebrados sob condição resolutiva. Essa condição é tanto legal quanto potestativa, o que significa que a resolução dos efeitos do

⁴⁶⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 347.

⁴⁶⁸ Neste sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 346.

⁴⁶⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 348.

contrato está sujeita a um evento futuro e incerto, que é o exercício do direito pelo consumidor⁴⁷⁰.

A condição é considerada resolutiva porque os efeitos do contrato são integralmente estabelecidos após a celebração, permitindo que quaisquer actos de disposição sejam realizados. O artigo 274 do Código Civil não se aplica, o que significa que o consumidor pode alienar o bem após a celebração do contrato, mesmo durante o período em que o direito de arrependimento está vigente. Essa alienação não está sujeita à não realização da condição para o exercício do direito de arrependimento. Se isso ocorrer, o direito de arrependimento não pode ser exercido, pois o consumidor não terá mais o controle sobre o bem, impossibilitando o cumprimento da obrigação de devolução resultante do exercício do direito. Para além disso, o adquirente não pode exercer o direito de arrependimento, pois não é parte do contrato do qual ele surge, e o direito não é transferido com o bem. A alienação do bem pelo consumidor, em princípio, sugere que ele não se arrependeu da celebração do contrato⁴⁷¹.

A condição é considerada legal quando é determinada pela própria lei, sem a necessidade de acordo entre as partes, e é potestativa porque sua realização depende de um acto jurídico resultante exclusivamente da vontade de uma das partes⁴⁷².

3.2.2. Efeitos do exercício nos contratos celebrados à distância

O exercício do direito de arrependimento acarreta dois efeitos principais: o profissional deve reembolsar o valor pago pelo consumidor, enquanto este último tem a obrigação de conservar e devolver o bem e devolver posteriormente ao profissional. Isso anula os principais efeitos do contrato celebrado, conferindo ao exercício do direito uma eficácia retroactiva⁴⁷³.

⁴⁷⁰ OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, cit. pp. 104 à 106.

⁴⁷¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 349.

⁴⁷² CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 350.

⁴⁷³ É o que resulta, alias, em regra, do art.º 276 do CC, aplicável na medida em que se considere que o exercício do direito consubstancia o preenchimento de condição legal.

3.2.2.1. Reembolso do valor pago nos contratos celebrados à distância

Resulta expresso a alínea a) do n.º 2 do artigo 45 da lei n.º 3/2017, de 31 de Dezembro que por virtude do cancelamento da transacção impõe-se ao consumidor o dever de devolver o bem que se forneceu, ou nos casos aplicáveis sem mencionar quais, concluir com a utilização dos serviços prestados. Daí que, nos termos da alínea b) do mesmo artigo, caberá ao fornecedor efectuar o reembolso de todos os pagamentos recebidos, exceptuando os encargos ao custo inerente a referida devolução⁴⁷⁴.

O consumidor terá segundo a mesma lei, no artigo 46, n.º 2 o direito de regresso, a se verificar num período máximo de 30 dias após a realização do cancelamento contratual.

A solução ideal seria a de reembolsar o consumidor de todos os montantes pagos. Isso inclui os valores pagos directamente ao profissional ou a terceiros indicados por ele e relacionados ao contrato em questão. Independentemente do método de pagamento ou de quaisquer exigências anteriores ou posteriores à celebração do contrato, todos os montantes entregues pelo consumidor devem ser restituídos. Isso abrange não apenas o preço do bem ou serviço e os custos de envio, mas também quaisquer taxas adicionais que o profissional tenha considerado necessárias, como uma avaliação ou um contrato de seguro imposto ao consumidor. O mesmo se aplica no caso de um contrato de crédito celebrado para financiar a aquisição do bem ou serviço.

Além disso, o consumidor tem direito ao reembolso de todas as despesas incorridas, incluindo aquelas relacionadas à devolução do bem: se forem reclamadas no momento da devolução, devem ser reembolsadas; se não forem reclamadas, não é obrigatório o reembolso. A solicitação de reembolso das despesas de devolução deve ser feita imediatamente no momento da devolução, estabelecendo assim um requisito de tempo. Essa interpretação é consistente com o propósito da norma, pois geralmente uma despesa só pode ser reembolsada se for solicitada⁴⁷⁵.

⁴⁷⁴ Nos termos do n.º 6 do art.º 21 da LDC, se o consumidor exercer o seu direito de retratação, serão devolvidos imediatamente os valores eventualmente pagos em qualquer hipótese, com a correcção monetária correspondente.

⁴⁷⁵ CARVALHO, Jorge Morais, “*Comércio Electrónico e Protecção dos Consumidores*”, cit., p. 60.

Se os critérios da responsabilidade civil⁴⁷⁶ forem atendidos (neste caso, presumindo-se culpa na responsabilidade obrigacional), o consumidor também pode solicitar uma compensação por danos materiais e imateriais resultantes do não reembolso atempado, vendo-se assim privado de realizar outra contratação que lhe seja conveniente, dentro do período em que se tiver programado para efeito. Pode se dar o caso, de o atraso no reembolso ser susceptível de originar prejuízos na esfera do consumidor. Isso inclui explicitamente danos imateriais entre os danos a serem compensados em um caso de responsabilidade obrigacional⁴⁷⁷.

3.2.2.2. Devolução do bem nos contratos celebrados à distância

O consumidor está sujeito ao dever de após o cancelamento da transacção electrónica ou qualquer contrato a si relacionado devolver os bens e ainda mais, suportar os custos advenientes do procedimento⁴⁷⁸, nada se tendo especificando em relação ao dever de conservação dos mesmos.

A devolução será realizada dentro de 7 dias após a sua recepção, e nos casos de prestação de serviços, dentro igualmente de 7 dias a contar da data da conclusão do contrato⁴⁷⁹.

Quanto ao dever de devolução, como mencionado anteriormente, as despesas deviriam ser assumidas pelo profissional que assume o risco dada a natureza do contrato se o consumidor as reclamar. A devolução pode ocorrer mediante a entrega do bem no estabelecimento do profissional, ou por meio de envio, desde que isso não implique custos desproporcionados e se mostrar possível. Alternativamente, pode ser realizada por meio de actos que facilitem a recolha pelo profissional, caso este seja o método indicado. Em todas as circunstâncias, é esperado que o consumidor actue com boa fé, evitando que a outra parte incorra em despesas excessivas⁴⁸⁰.

⁴⁷⁶ SERRA, Adriano Paes da Silva Vaz, “*Requisitos da Responsabilidade Civil*”, BMJ n.º 92, p. 38 e ss.

⁴⁷⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 352.

⁴⁷⁸ Cfr. art.º 46, n.º 1 da LTE.

⁴⁷⁹ Cfr. art.º 46, n.º 1 al. a) e b) da LTE.

⁴⁸⁰ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 353, acresce que “As despesas de conservação são de responsabilidade do profissional, e quanto às benfeitorias, aplica-se o regime estabelecido nos artigos 1273 à 1275 do Código Civil”.

Quanto ao prazo para a devolução do bem, era importante observar que este se iniciaria não a partir da data em que o direito de arrependimento é exercido, mas sim a partir da data da entrega pelo profissional. Assim, não é possível estabelecer um período fixo de dias a partir do momento em que o consumidor exerce o direito.

No caso de o consumidor não devolver o bem, poderá ser obrigado a indemnizar o profissional caso se verifiquem os requisitos de responsabilidade civil. Contudo, é importante salientar que a falta de devolução do bem não anula a declaração do exercício do direito de arrependimento.

3.2.2.3. Transferência do risco nos contratos celebrados à distância

O consumidor está sujeito ao dever de após o cancelamento da transacção electrónica ou qualquer contrato a si relacionado devolver os bens e ainda mais, suportar os custos advenientes do procedimento⁴⁸¹, nada se tendo especificando em relação ao dever de conservação dos mesmos.

A devolução será realizada dentro de 7 dias após a sua recepção, e nos casos de prestação de serviços, dentro igualmente de 7 dias a contar da data da conclusão do contrato⁴⁸².

Quanto ao dever de devolução, como mencionado anteriormente, as despesas deviriam ser assumidas pelo profissional que assume o risco dada a natureza do contrato se o consumidor as reclamar. A devolução pode ocorrer mediante a entrega do bem no estabelecimento do profissional, ou por meio de envio, desde que isso não implique custos desproporcionados e se mostrar possível. Alternativamente, pode ser realizada por meio de actos que facilitem a recolha pelo profissional, caso este seja o método indicado. Em todas as circunstâncias, é esperado que o consumidor actue com boa fé, evitando que a outra parte incorra em despesas excessivas⁴⁸³.

⁴⁸¹ Cfr. art.º 46, n.º 1 da LTE.

⁴⁸² Cfr. art.º 46, n.º 1 al. a) e b) da LTE.

⁴⁸³ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 353, acresce que “As despesas de conservação são de responsabilidade do profissional, e quanto às benfeitorias, aplica-se o regime estabelecido nos artigos 1273 à 1275 do Código Civil”.

Quanto ao prazo para a devolução do bem, era importante observar que este se iniciaria não a partir da data em que o direito de arrependimento é exercido, mas sim a partir da data da entrega pelo profissional. Assim, não é possível estabelecer um período fixo de dias a partir do momento em que o consumidor exerce o direito.

No caso de o consumidor não devolver o bem, poderá ser obrigado a indemnizar o profissional caso se verifiquem os requisitos de responsabilidade civil. Contudo, é importante salientar que a falta de devolução do bem não anula a declaração do exercício do direito de arrependimento.

3.2.3. Excepções ao direito de arrependimento dos contratos celebrados à distância

Ao examinar os efeitos contratuais, é evidente que o risco de perda ou dano da coisa geralmente passa para o consumidor no momento da entrega. Agora, é crucial determinar quando esse risco volta a ser transferido para o profissional em caso de exercício do direito de arrependimento⁴⁸⁴.

Na situação em que o contrato é celebrado sob condição resolutiva, o risco é assumido pelo adquirente durante a vigência da condição. Posteriormente, o risco passa a ser suportado pelo alienante quando a condição é cumprida⁴⁸⁵.

Compreende-se que a transferência do risco só ocorre quando a parte responsável por ele tem conhecimento ou poderia ter conhecimento da situação, possibilitando-lhe a oportunidade de tomar medidas para proteger-se contra a perda ou deterioração do objecto, como por exemplo, adquirindo um seguro. Portanto, o momento em que a declaração de exercício do direito de arrependimento se torna eficaz é relevante para a transferência do risco⁴⁸⁶.

⁴⁸⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 354.

⁴⁸⁵ Cfr. n.º 3 do art.º 796 do CC.

⁴⁸⁶ Cfr. art.º 224 do CC.

3.3.Direito de Arrependimento nos contratos celebrados fora do estabelecimento

A Lei n.º 22/2009, de 28 de Setembro, estabelece o direito de desistência para os consumidores em contratos realizados por meio de correspondência e outros equivalentes. No entanto, o legislador moçambicano ainda não abordou essa questão, ao contrário do que fez ao regular os contratos feitos electrónicos, que são apenas uma das modalidades de contratos celebrados à distância através de transacções electrónicas. Enquanto houve um esforço ainda que incompleto em regular esses contratos, há uma lacuna completa em relação a regulamentação dos contratos realizados em domicílio, no local de trabalho, em excursões, em reuniões, em local proposto pelo fornecedor, entre outros que se efectivem fora do estabelecimento comercial.

Se atendermos que a lógica da consagração do direito cinge-se em proteger o consumidor perante a celebração de um contrato no qual não manteve contacto físico com o objecto ou ainda que tenha existido tal contacto, foi celebrado sem a devida reflexão mormente ao desejo a necessidade do mesmo, a lacuna legislativa presente pode ser integrada de acordo com as tradicionais regras de direito⁴⁸⁷. É entendimento nosso, que para os contratos celebrados fora do estabelecimento aplicar-se-ão com as adaptações devidas, as mesmas regras reguladoras dos contratos celebrados à distância.

A nova designação, “contratos celebrados fora do estabelecimento comercial”, substituindo a anterior, “contratos celebrados no domicílio e equiparados”, não está isenta de falhas, pois inclui alguns contratos realizados dentro do estabelecimento comercial⁴⁸⁸.

No que diz respeito ao direito de arrependimento, são retiradas as exigências relacionadas com o modo de atribuição ou a sua ausência, assim como os encargos associados. A razão por trás dessa orientação pode ser o reconhecimento do estado de vulnerabilidade especial em que o consumidor se encontra quando não está no mesmo local físico que o profissional como nos contratos celebrados à distância ou quando está sujeito a pressão como nos contratos realizados fora do estabelecimento⁴⁸⁹.

⁴⁸⁷ Cfr. art.º 10 do CC.

⁴⁸⁸ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 134.

⁴⁸⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p.p. 140-141.

3.3.1. Prazos para o exercício do direito de arrependimento nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial

No que diz respeito ao prazo para o exercício do direito, subentende-se que o consumidor tem um período de 14 dias consecutivos a partir da data da celebração do contrato, da entrega do bem ou do início do descumprimento do contrato de prestação de serviços pelo profissional.

A contagem dos prazos é conduzida de acordo com o artigo 296 do Código Civil, o qual, por sua vez, requer a aplicação do artigo 279 do mesmo código. Portanto, a contagem do prazo depende do tipo de contrato. Por exemplo, se o objecto do contrato for um bem, o prazo se inicia no momento da sua recepção pelo consumidor, presumindo-se o cumprimento da obrigação de entrega pelo vendedor. Nesse caso, o consumidor tem o direito de exercer seu direito de arrependimento após a recepção do bem.

A presença do dever de informação por parte do fornecedor é de extrema importância, pois, caso seja incumprido total ou parcialmente, o consumidor tem o direito de retratação do contrato. Esse direito deveria ser reforçado pela extensão do prazo por mais 12 meses quando o profissional não cumpre a imposição legal de informar o consumidor, antes da celebração do contrato, sobre os direitos associados ao mencionado direito de retratação⁴⁹⁰.

Nos contratos de prestação de serviços, geralmente, o prazo começa a ser contado a partir da assinatura do contrato. No entanto, actualmente, há uma alternativa disponível para o consumidor: ele pode solicitar que o serviço comece imediatamente. Contudo, também é possível decidir não iniciar a prestação de serviços até que se passem os 7 dias estabelecidos para o exercício do direito de arrependimento⁴⁹¹.

Quanto ao período de 12 meses concedido ao consumidor, o profissional tem a possibilidade de remediar a falta de informação sobre o direito de arrependimento, desde que durante o prazo em questão ele informe o consumidor sobre a existência e os procedimentos

⁴⁹⁰ VIEIRA, Daniela Nilza Teles, *Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo*, cit., p. 31, acresce que “Quando aplicável, é necessário indicar a existência do direito (com todos os esclarecimentos necessários), o prazo para exercê-lo e o procedimento correspondente”.

⁴⁹¹ VIEIRA, Daniela Nilza Teles, *Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo*, cit., p. 29.

para exercer esse direito. Nesse caso, se o profissional tomar essa iniciativa, o prazo seria interrompido e um novo período de 14 dias começa a ser contado, durante o qual o consumidor pode exercer o direito de arrependimento de acordo com as disposições do artigo 45, número 1 da Lei de Transacções Electrónicas.

3.3.2. Exercício do direito de arrependimento nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial

Nem nos contratos à distância, (electrónicos), a lei clara no sentido de estabelecer através de que formas será realizado o cancelamento da transacção e as formas de notificação ao fornecedor. Não se pode apurar se existe um formulário fornecido pelo comerciante ou basta a mera declaração escrita do consumidor que deverá a sua recepção ser imediatamente confirmada.

Consagra a doutrina que o consumidor pode, portanto, entrar em contato com o profissional de qualquer forma, sendo crucial apenas que consiga comprovar que exercitou o seu direito. É frequente o consumidor contactar a empresa por telefone, e inicialmente a empresa aceita o arrependimento. Entretanto, após o término do prazo legal, a empresa pode alegar que o direito não foi exercido. O consumidor enfrenta dificuldades para provar o contato telefónico, resultando na manutenção do contrato, apesar do exercício do direito⁴⁹².

O consumidor que deseja exercer o direito não está obrigado a efectuar qualquer pagamento, uma vez que o profissional não incorreu em nenhum custo (pois a prestação ainda não foi iniciada), o que resulta na extinção dos direitos e obrigações do contrato. A desvantagem decorrente disso é a falta de oportunidade para o consumidor avaliar a qualidade da prestação acordada antes de decidir se está interessado em manter o contrato⁴⁹³.

Em relação ao ónus da prova do exercício do direito, normalmente recai sobre o consumidor, podendo este se beneficiar do modelo mencionado para facilitar a prova, especialmente se o fizer por meio de carta registada com aviso de recepção.

⁴⁹² CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 367.

⁴⁹³ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 168.

Qualquer cláusula contratual que represente um obstáculo, de qualquer natureza, ao exercício do direito, inclusive aquelas que imponham uma forma específica, deve ser considerada nula. O diploma legal que abrange tal disposição possui, portanto, um carácter imperativo⁴⁹⁴.

3.3.3. Efeitos do contrato no decurso do prazo nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial

Em relação aos efeitos do contrato, aplicam-se essencialmente as mesmas considerações feitas em relação à análise de contratos celebrados à distância⁴⁹⁵.

Em suma, o contrato produz os efeitos típicos esperados. A propriedade é transferida automaticamente pelo contrato quando se trata de compra e venda de um item específico (artigo 408, nº 1 do Código Civil) e, em geral, no momento do cumprimento quando se trata de um item genérico (artigo 531 do Código Civil). Como proprietário, o consumidor desfruta plenamente dos direitos de uso, usufruto e disposição sobre o bem (artigo 1305 do Código Civil), permitindo-lhe experimentar e utilizar o bem normalmente⁴⁹⁶.

Em termos de qualificação jurídica, os contratos celebrados no domicílio ou equiparados, nos quais existe o direito de arrependimento, podem ser considerados como celebrados sob condição resolutiva, sendo esta condição legal e potestativa. A resolução dos seus efeitos fica sujeita a um evento futuro e incerto, que é o exercício desse direito pelo consumidor. Quanto à transferência do risco, aplica-se o disposto no parágrafo 3 do artigo 796 do Código Civil, que estabelece que, enquanto a condição resolutiva estiver pendente, o risco é suportado pelo adquirente se a coisa lhe tiver sido entregue⁴⁹⁷.

Quando se trata dos efeitos decorrentes da celebração do contrato, é importante novamente fazer distinção entre contratos que envolvem bens e aqueles que envolvem serviços. No caso dos contratos que incidem sobre bens, o consumidor tem de inspeccionar de forma

⁴⁹⁴ VIEIRA, Daniela Nilza Teles, *Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo*, cit., p. 32.

⁴⁹⁵ V. *supra* ponto 3.8.2.

⁴⁹⁶ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 368.

⁴⁹⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 368.

diligente, ou seja, com o devido cuidado, durante o período em que tem o direito de arrependimento⁴⁹⁸.

Quando se trata da possibilidade de experimentar e utilizar o bem, o consumidor, na qualidade de proprietário, deve ter a liberdade de fazê-lo sem restrições. No entanto, há uma ressalva quanto à utilização: embora o consumidor possa usar o bem, o profissional não pode criar obstáculos ao exercício desse direito. No entanto, se o consumidor exceder a manipulação que é habitualmente permitida em estabelecimento comercial, o profissional pode ser responsabilizado pela depreciação do bem, podendo ser necessário pagar uma compensação financeira pelo uso excessivo. Portanto, se o consumidor usar a coisa de forma normal, ele é obrigado a manter sua integridade e não sofrerá prejuízo por isso. No entanto, se ele ultrapassar os limites do uso normal, estará sujeito às desvantagens mencionadas⁴⁹⁹.

Além das consequências aplicadas ao profissional que não informa previamente à celebração do contrato sobre a existência do direito, também nesse ponto encontramos uma penalização com o mesmo propósito: não se contabiliza a desvalorização do bem. Todas essas opções legislativas incentivam o cumprimento do dever de informação. O consumidor pode renunciar ao direito caso realize actos que indiquem a aceitação do bem, como depósito ou, em certos casos, uso da coisa. Se a primeira das hipóteses ocorrer, não há transferência do direito de arrependimento, uma vez que o segundo adquirente não é parte do contrato que originou o direito⁵⁰⁰.

No caso de o objecto do contrato ser um serviço, os efeitos do contrato são geralmente suspensos até o término do prazo para o exercício do direito de arrependimento. Portanto, não há uma produção imediata dos efeitos do contrato, e espera-se que o consumidor não exerça o direito de arrependimento. Se houver uma produção imediata dos efeitos do contrato a pedido do consumidor, ele ainda mantém o direito de arrependimento. No entanto, se o consumidor der consentimento expresso para que a prestação comece antes do término do prazo, ele perde o direito de arrependimento. Nesse caso, se o contrato for totalmente executado

⁴⁹⁸ VIEIRA, Daniela Nilza Teles, *Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo*, cit., p. 33.

⁴⁹⁹ VIEIRA, Daniela Nilza Teles, *Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo*, cit., p. 33.

⁵⁰⁰ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 167.

pelo profissional e o consumidor for informado de que perdeu o direito, ele não poderá exercê-lo⁵⁰¹.

A repercussão automática nos contratos acessórios ocorre tanto em contratos de bens quanto de serviços, sendo um efeito comum em ambos⁵⁰².

Embora não esteja directamente relacionada com o direito de arrependimento, é importante destacar que a lei proíbe o profissional de exigir qualquer pagamento antes da entrega do bem ou do início da prestação do serviço. Isso ressalta o princípio de reciprocidade entre as duas partes, evitando que seja quebrado em detrimento do consumidor⁵⁰³.

3.3.4. Efeitos do exercício do direito de arrependimentos nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial

Os efeitos do exercício do direito terão total paralelismo em relação às soluções do artigo 8, que regulamenta os contratos à distância. Os principais efeitos incluem o dever de restituir as prestações e o exercício do direito tem eficácia *ex tunc*, ou seja, retroactiva⁵⁰⁴.

Exercido o direito de arrependimento, o fornecedor fica obrigado a reembolsar no prazo máximo de 30 dias os montantes pagos pelo consumidor. Deveria o consumidor ter o direito a ser reembolsado tanto dos valores pagos quanto das despesas incorridas, incluindo os custos de conservação e restituição do bem⁵⁰⁵.

O exercício do direito de arrependimento também implica o dever de devolução do bem pelo consumidor. Ao consumidor é atribuído o dever de restituir os bens sem que nada tenha sido referido em relação a obrigação de manter a sua conservação.

Quando o objecto do contrato é um bem, se o direito for exercido conforme o artigo 276 do Código Civil, os efeitos da celebração do contrato são anulados. As obrigações

⁵⁰¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 169.

⁵⁰² VIEIRA, Daniela Nilza Teles, *Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo*, cit., p. 34.

⁵⁰³ Neste sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 368.

⁵⁰⁴ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 369.

⁵⁰⁵ A falta de cumprimento deste requisito, ou seja, a não restituição dos valores dentro do prazo estabelecido, resulta na obrigação de pagar o dobro dos valores devidos (conforme estabelecido no artigo 19, n.º 2 do diploma mencionado).

resultantes incluem o dever do profissional de reembolsar ao consumidor o valor pago e o dever do consumidor de conservar e restituir o bem ao profissional. Com o exercício desse direito, surge a obrigação de reembolsar todos os pagamentos recebidos por parte do profissional⁵⁰⁶.

Em relação às despesas com a devolução do bem, em geral, cabe ao consumidor arcar com o custo, excepto se o fornecedor tiver concordado em suportá-lo ou se o consumidor não tiver sido previamente informado de que tem o dever de pagar esses custos. Quanto às despesas com a conservação do bem, estas ficam a cargo do consumidor⁵⁰⁷.

Normalmente, o objecto do contrato é uma coisa genérica, e a propriedade é transmitida com a recepção do bem pelo consumidor, momento em que a obrigação se concentra⁵⁰⁸.

A obrigação de reembolso por parte do profissional corresponde à obrigação de devolução do bem pelo consumidor. O fornecedor tem o direito de reter esse reembolso enquanto os bens não forem recebidos ou enquanto o consumidor não apresentar prova de devolução. Nesse contexto, tratando-se de um negócio jurídico bilateral ou sinalagmático, aplica-se a regra geral do artigo 428 do Código Civil, onde a excepção de não cumprimento do contrato se aplica quando houver a factualidade descrita, inclusive nos casos em que o consumidor se recuse a permitir a recolha da coisa pelo profissional, até que seja permitida pelo sujeito que criou o obstáculo. No entanto, uma vez levantados os impedimentos à recolha, o profissional não pode mais se valer da excepção de não cumprimento⁵⁰⁹.

Certamente, existem situações em que o profissional deve deslocar-se ao domicílio do consumidor para efectuar a recolha do bem. Isso ocorre quando o item é entregue no domicílio do consumidor e, devido à sua dimensão ou natureza, não é viável proceder à devolução pelo correio. Além disso, essa deslocação pode ser acordada entre as partes ou quando o próprio profissional se oferece para realizar esse serviço⁵¹⁰.

No que diz respeito ao problema do risco, a situação se configura como um contrato celebrado sob condição resolutiva. Portanto, o risco corre por conta do adquirente

⁵⁰⁶ VIEIRA, Daniela Nilza Teles, *Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo*, cit., p. 35, conclui que, “dispondo de 14 dias a contar da data em que a declaração se tornou eficaz, nos termos gerias (art.º 224 do CC)”.

⁵⁰⁷ Sendo a actual solução desfavorável para o consumidor, quando comparada ao regime anterior – cfr. art.º 8, n.º 1 do Decreto-Lei n.º 143/2001 e o art.º 13, n.º 2 do Decreto-Lei n.º 24/2014.

⁵⁰⁸ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 165.

⁵⁰⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 171.

⁵¹⁰ art.º 12, n.º 4 do Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de Fevereiro.

durante a pendência da condição e por conta do alienante quando a condição se verifica. Assim como nos contratos celebrados à distância, o exercício do direito de arrependimento em contratos de compra e venda ou de prestação de serviços implica automaticamente e simultaneamente o exercício do direito de arrependimento em relação ao contrato de crédito associado.

3.3.5. Transferência do risco nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial

Quanto à problemática do risco de perecimento e destruição da coisa, parece que inicialmente ele recai sobre o adquirente durante a pendência da condição (com a entrega da coisa), e depois passa a correr por conta do alienante quando a condição se verifica, ou seja, após o exercício do direito, o risco passa a ser do profissional⁵¹¹.

Nas relações de consumo, especialmente no caso de contratos à distância, as regras gerais do artigo 796 do Código Civil se aplicam. Portanto, se encontrarmos um contrato de compra e venda de uma coisa genérica, o risco de deterioração e perecimento da coisa recai sobre o consumidor com a concentração da obrigação⁵¹².

Exactamente, o momento em que a declaração do exercício do arrependimento se torna eficaz é crucial para a transferência do risco. Este momento determina quando a responsabilidade pelo risco da coisa se transfere do consumidor para o profissional⁵¹³.

Sim, na dinâmica de uma transacção bilateral ou sinalagmática, a obrigação de reembolso do profissional está vinculada à obrigação de devolução do bem pelo consumidor. O fornecedor tem o direito de reter o reembolso enquanto os bens não forem recebidos ou enquanto o consumidor não fornecer prova da devolução. Consequentemente, aplica-se a regra do artigo 428 do Código Civil, na qual a excepção de não cumprimento do contrato é válida. Isso se aplica não apenas à situação descrita, mas também em casos nos quais o consumidor se

⁵¹¹ Cfr. art.º 796, n.º 3, 1ª parte do CC.

⁵¹² CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 166.

⁵¹³ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 171.

recusa a permitir a recolha da coisa pelo profissional, até que o obstáculo seja removido pelo sujeito que o criou⁵¹⁴.

3.3.6. Excepções ao exercício do direito de arrependimentos nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial

Sim, proporcionalmente aos limites observados para o exercício do direito de cancelar os acordos que vinculem as partes celebrados na ausência física dos contraentes, com recurso a técnicas de contacto à distância, existirão excepções de realização quando esse mesmo acordo se celebre em locais diferentes dos convencionais.

Não seria justo que a devolução fosse permitida em produtos perecíveis, que se deterioram com o tempo e que cujo reenvio acarretasse prejuízos ao fornecedor uma vez que já não tem a possibilidade de os comercializar. O mesmo se aplica para os produtos personalizados ou produzidos sob encomenda com determinadas especificações de tamanho ou dimensões próprias do consumidor.

De qualquer modo, consideramos ser difícil elaborar uma lista taxativa e exaustiva que contemple todas as situações pelas quais se excepcionem o exercício do direito de arrependimento, e para este tipo de contratos aplicam-se as mesmas regras descritas nos contratos celebrados à distância⁵¹⁵.

De facto, o Código Civil estipula que é ilegítimo o exercício de um direito quando o titular excede manifestamente os limites impostos pela boa fé, pelos bons costumes ou pelo fim económico ou social desse direito. Essa disposição serve como um contrapeso para evitar abusos na aplicação de direitos, promovendo uma conduta justa e equitativa entre as partes envolvidas^{516/517}.

⁵¹⁴ Neste sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, cit., p. 164, acrescenta que “não pode o profissional, levantados os impedimentos a recolha, valer-se da excepção de não cumprimento”.

⁵¹⁵ V. *supra* ponto 3.8.

⁵¹⁶ Cfr. art.º 334 do CC.

⁵¹⁷ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 370, exemplifica “os casos em que o consumidor exerce o direito em relação a bens manifestamente personalizados ou que não possam ser reenviados”.

3.4. Limites impostos ao exercício do direito de arrependimento nos contratos de consumo

3.4.1. O abuso do direito

A noção de abuso do direito remonta ao Direito Romano, onde eram reconhecidos quatro direitos absolutos associados ao *pater familia*: o *Patria Potestas*, que conferia ao pai autoridade sobre os filhos; o *Dominica Potestas*, que garantia ao senhor o controle sobre seus escravos; o *Manus*, que conferia ao marido poder sobre a esposa; e o *Dominium ex iure quiritum*, que dizia respeito ao direito de propriedade. Esses direitos eram considerados fundamentais e inquestionáveis na sociedade romana da época⁵¹⁸.

A ideia de abuso do direito tinha como base os actos emulativos (*aemulatio*) e os actos chicaneiros. Estes ocorriam quando o titular de um direito o utilizava com a intenção exclusiva de prejudicar terceiros. Embora essas acções estivessem de acordo com a lei vigente, uma vez que o direito era reconhecido, revelavam-se injustas e contrárias à boa fé. O *ius romanum* introduziu a *exceptio doli* como uma resposta a esse problema. Diante de alguém que, com dolo, exercia o seu direito com o propósito de prejudicar terceiros e obter vantagens não permitidas pela ordem jurídica, a *exceptio doli* proibia o exercício desse direito em situações específicas⁵¹⁹.

Os actos emulativos ocorriam quando um titular de direito o exercia com a única intenção de prejudicar outra pessoa. Embora esses actos fossem aparentemente legais, já que estavam dentro dos limites reconhecidos pela ordem jurídica, eram considerados injustos e contrários à boa fé.

Diante dessa questão, o *ius romanum* desenvolveu a excepção *doli* como uma forma de combater esse tipo de abuso. Essa excepção era accionada quando alguém, agindo com dolo, exercia seu direito com o objectivo de prejudicar outra parte e obter vantagens não previstas pela ordem jurídica.

Inicialmente, essa figura era desdobrada em dois tipos de excepções. A excepção *doli specialis* era invocada quando o dolo ocorria no momento da formação da

⁵¹⁸ DE GÓES, Maria Cláudia Chaves, *Breves Considerações sobre a Doutrina do Abuso de Direito*, Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa, 2003, p. 3.

⁵¹⁹ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, Parte Geral, Tomo V, Coimbra, Almedina, p. 2005, p. 273.

situação jurídica da qual o agente buscava derivar um efeito jurídico⁵²⁰. É como se fosse um dolo a ocorrer no momento da fase pre-negocial para a formação do contrato, aquilo a que a doutrina chama de *culpa in contrahendo*.

A excepção *doli generalis*, por sua vez, emergiu como uma modalidade sobrevivente, adoptando um carácter residual. Ela se aplicava quando o agente agia de forma dolosa ao propor uma acção declaratória contra um réu de boa fé. No entanto, a introdução dessa excepção não foi livre de críticas.

Alguns argumentaram que a criação de uma figura destinada a limitar subjectivamente o exercício dos direitos gerava incertezas e dificuldades na sua aplicação prática. A falta de critérios claros para determinar quando o comportamento do agente era considerado doloso levantava questões sobre a eficácia e a justiça dessa abordagem no combate ao abuso do direito⁵²¹.

O conceito de abuso do direito ganhou notoriedade na jurisprudência francesa, especialmente com a condenação do exercício dos direitos subjectivos quando realizados com propósitos exclusivamente maliciosos. Essa abordagem transformou a percepção dos direitos subjectivos, antes considerados absolutos, em direitos relativos. Sob essa nova perspectiva, os direitos subjectivos passaram a ser vistos como instrumentos com finalidades sociais, cujo exercício deveria ser pautado pela boa fé, equidade e consideração pelo bem da comunidade. Essa mudança de paradigma reflecte uma compreensão mais ampla e contextualizada dos direitos individuais dentro do ordenamento jurídico⁵²².

A noção de abuso do direito encontra suas raízes no artigo 281 do Código Civil grego. No contexto do direito civil, o abuso do direito é consagrado no artigo 334 do Código Civil, que o define como a prática ilegítima de um direito sempre que o titular desse direito ultrapassa claramente os limites estabelecidos pela boa fé, pelos bons costumes ou pelos objectivos sociais e económicos desse direito.

Esse dispositivo legal visa garantir que o exercício dos direitos não violem princípios fundamentais de equidade e moralidade, nem prejudiquem o propósito original para o qual esses direitos foram concebidos. Essa disposição reflecte a preocupação em evitar a

⁵²⁰ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, cit., p. 266.

⁵²¹ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, cit., pp. 269 e 270.

⁵²² FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, Dissertação de Mestrado em Direito na especialidade de Ciências Jurídico-Empresariais, Universidade Nova de Lisboa, 2015, p. 13.

utilização indevida dos direitos em detrimento dos interesses legítimos de terceiros ou da ordem pública⁵²³.

É possível inferir que o abuso do direito ocorre quando um sujeito exerce um direito que lhe é conferido, ultrapassando os limites impostos pela boa fé, pelos costumes ou pelos objectivos sociais e económicos desse direito. No entanto, é importante ressaltar que o abuso do direito pressupõe a existência prévia de um direito titularizado pelo sujeito, pois não é possível abusar de um direito que não se possui.

Vale destacar que o instituto do abuso do direito é de natureza residual, aplicando-se apenas quando o direito em questão oferece soluções directas. Portanto, quando uma norma imperativa é violada, não estamos diante de um abuso do direito, pois o exercício desse direito não é directo ou imediato⁵²⁴.

A interpretação da expressão “ilegítimo” tem gerado divergências na doutrina. Não está claro se a lei pretende negar a existência do direito em si ou se busca apenas restringir seu exercício diante do abuso. Alguns entendem que, ao se caracterizar o abuso do direito, este permanece válido, mas não pode ser exercido nas circunstâncias em questão. Outros argumentam que o abuso do direito implica na sua inexistência ou na sua perda de eficácia, ao menos temporariamente⁵²⁵.

Seguindo essa perspectiva, os direitos são entendidos como posições jurídicas activas concedidas aos seus titulares para alcançar determinados objectivos aceites pela ordem jurídica. Nesse sentido, se o exercício de um direito ultrapassa claramente os limites estabelecidos pelo seu propósito social ou económico, isso resultará na sua não permissão pela ordem jurídica. Portanto, não haveria justificativa para a existência desse direito⁵²⁶.

Uma outra interpretação é que o direito em si é abstracto, e o abuso do direito apenas impede seu exercício em uma situação específica. Nesse sentido, o titular do direito não

⁵²³ O artigo 226 do B.G.B aborda o conceito *Rechtsmissbrauch*: A utilização de um direito se considera inaceitável se o seu único propósito for o de causar prejuízos a contraparte. Esse princípio raramente será aplicado na prática, pois requer que a única intenção do acto seja o de causar danos a terceiros. V. neste sentido ASCENSÃO, José de Oliveira, “*O Abuso do Direito e o Artigo 334 do CC: Uma Recepção Transviada*”, cit., p. 609.

⁵²⁴ ASCENSÃO, José de Oliveira, “*O Abuso do Direito e o Artigo 334 do CC: Uma Recepção Transviada*”, cit., p. 610.

⁵²⁵ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit., p. 9.

⁵²⁶ Posição defendida por Marcel Planiol, citado por CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, Parte Geral, Tomo V, Coimbra, Almedina, p. 2005, p. 252.

possui a capacidade de exercê-lo naquela circunstância particular, mas o direito permanece válido e existente⁵²⁷.

3.4.2. Modalidades do abuso do direito

3.4.2.1. *Tu quoque*⁵²⁸

Quando um agente pratica um acto que viola a lei e, como consequência, adquire uma posição jurídica, ele pode invocar e tentar usufruir dos direitos decorrentes dessa posição em relação a terceiros. A expressão “*tu quoque*” significa “eu também”. No entanto, o abuso do direito limita essa possibilidade, pois o agente não pode invocar direitos contra alguém que cometeu um acto ilícito quando ele próprio obteve esses direitos de maneira indevida. Em outras palavras, o direito não pode permitir que posições jurídicas sejam fundamentadas em condutas moralmente reprováveis⁵²⁹.

Embora as normas jurídicas ofereçam soluções para muitos casos, sempre existirão situações que escapam às previsões legais. Por exemplo, considere o caso de um senhorio que tem a obrigação legal de realizar obras em um imóvel arrendado, mas não as executa, permitindo que os danos nele existentes sejam de tal forma graves e tornem o imóvel inabitável. Por outro lado, imagine ainda, um arrendatário que não cumpre com a sua obrigação de utilizar o imóvel devido ao seu estado de deterioração imputável ao senhorio e, como resultado, o senhorio rescinde o contrato de arrendamento com base no incumprimento do dever do arrendatário.

Nessas situações, pode haver controvérsias sobre qual parte está agindo de forma abusiva ou negligente. Por exemplo, o senhorio pode ser acusado de abuso do direito se não realizar as obras necessárias, enquanto o arrendatário pode ser considerado negligente se não utilizar o imóvel de acordo com o contrato devido ao seu estado precário. Em tais casos, o juiz pode precisar interpretar as leis aplicáveis e decidir com base nos princípios de equidade

⁵²⁷ LIMA, Pires de, e VARELA, Antunes, *Código Civil Anotado*, Vol. I, 4 ed^a., Coimbra, Coimbra Editora, 1987, p. 298 e ss.

⁵²⁸ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, cit., p. 327 e ss.

⁵²⁹ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 14.

e justiça, buscando encontrar uma solução adequada para as circunstâncias específicas do caso⁵³⁰.

As diferentes orientações que buscam justificar o princípio do *tu quoque*, ou “você também”, reflectem diferentes abordagens éticas e jurídicas sobre a questão. Algumas dessas orientações incluem:

- Retaliação: essa abordagem defende que é legítimo retaliar contra aqueles que nos prejudicam, como uma forma de autodefesa ou justiça retributiva;
- Regra da Integridade: argumenta-se que os agentes devem agir de maneira íntegra e consistente, evitando comportamentos contraditórios que comprometam sua integridade moral ou jurídica;
- Recusa da Protecção Jurídica: segundo essa perspectiva, o agente que obtém um direito com base em uma conduta contrária à lei não deve ser beneficiado pela protecção jurídica, pois isso seria injusto ou contraditório com os princípios legais;
- Compensação de Culpa do Lesado: sugere-se que o agente não pode invocar seus direitos contra terceiros quando também está envolvido em uma prática contrária ao direito, como uma forma de compensar a culpa ou responsabilidade do lesado;
- Recurso ao Próprio Não-Direito: esta abordagem destaca que o *tu quoque* limita a actuação do agente, pois cria a ilusão de que ele possui uma posição jurídica indevida quando, na verdade, ela não existe legalmente;
- Comportamentos Contraditórios: argumenta-se que o *tu quoque* não pode ser considerado um subtipo do *venire contra factum proprium*, pois o comportamento do agente não é contraditório em si mesmo, mas sim a interpretação que faz de sua própria conduta e da contraparte;
- Renúncia a Sanções: Esta orientação presume que o agente, ao agir contrariamente ao direito, renuncia implicitamente à protecção legal. No

⁵³⁰ Cfr. art. ° 1072 do CC.

entanto, é questionável se o agente realmente pretende renunciar a essa protecção ou se apenas age em desacordo com a lei por outras razões.

3.4.2.2. *Venire contra factum proprium*⁵³¹

Esta situação ocorre quando a mesma pessoa adopta duas condutas, lícitas entre si e diferidas no tempo, que são directamente contraditórias⁵³².

Não poderá haver circunstâncias justificativas da mudança de comportamento⁵³³. O *factum proprium* não poderá também consistir numa declaração negocial, sob pena de o *venire* conduzir a incumprimento contratual⁵³⁴.

Para que se esteja perante abuso do direito é necessário que o agente tenha criado na contraparte confiança⁵³⁵ em sentido objectivo: a contraparte, colocada na posição confiante razoável, confiou, aderiu ao facto gerador de confiança, adoptando determinadas condutas.

O *venire* poderá ser positivo, criando a convicção de que não vai praticar determinado acto e em seguida pratica-lo, ou negativo, quando o agente indica que adoptará uma conduta e toma postura diversa. Em regra, o *venire* negativo consiste na invocação abusiva de nulidades materiais e outras invalidades.

O agente anuncia a conduta, não pratica e invoca a nulidade. Enquanto que, no *venire* positivo o agente é titular de um direito potestativo ou direito comum e exerce-o ou actua no âmbito das liberdades gerais.

O exemplo, ocorre no contrato de arrendamento quando o arrendatário informa ao senhorio sobre a pretensa de realizar obras no imóvel e o senhorio emite o consentimento

⁵³¹ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, cit., p. 275 e ss.

⁵³² Neste sentido, CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, cit., p. 280, refere que “*venire contra factum proprium* se distingue das diferentes figuras do abuso do direito, como o *tu quoque* e a *suppressio*, porque há uma contradição directa entre a situação obrigada pelo *factum proprium* e o segundo comportamento do autor”.

⁵³³ O art.º 437 do CC permite a resolução ou modificação do contrato face a alteração anormal e superveniente das circunstâncias, se a exigência do cumprimento das obrigações afectar gravemente os princípios da boa fé não esteja coberta pelos riscos próprios do contrato.

⁵³⁴ FLORENÇA, Ana Marques, *O abuso do direito no Direito do Consumo*, cit. p. 16.

⁵³⁵ FLORENÇA, Ana Marques, *O abuso do direito no Direito do Consumo*, cit. p. 16, defende que “para além da doutrina da confiança, existem ainda as doutrinas da boa fé, negócio jurídico e da sua dissolução, que procuram explicar o *venire contra factum proprium*”.

apenas verbalmente e não, por escrito como legalmente previsto no art.º 1074, n.º 2 do Código Civil. Ao deslocar-se inclusivamente ao local das obras e confirma que são do seu agrado, porém, findas as obras o mesmo decide resolver o contrato com fundamento na realização de obras sem o seu consentimento.

3.4.2.3. *Suppressio*/Preclusão/*Verwirkung*

A *suppressio* é um conceito jurídico objectivo que se baseia na inacção do titular do direito, sem considerar a culpa. Em outras palavras, o agente deixa de exercer um direito por um período de tempo e em determinadas circunstâncias. A partir desse comportamento, é possível concluir objectivamente que ele renunciou ao direito⁵³⁶.

A *suppressio* é caracterizada pela inacção do titular do direito, o que leva a contraparte a confiar nessa não actuação e a agir de acordo com essa expectativa. Quando o exercício tardio do direito gera um desequilíbrio entre a vantagem do agente e a desvantagem da contraparte, surgem questões sobre a equidade da situação. Inicialmente, a doutrina questionava essa figura devido ao potencial de criar insegurança jurídica. No entanto, posteriormente, a teoria da renúncia buscou justificar a *suppressio* argumentando que o titular do direito teria renunciado tacitamente a ele.

A *suppressio* se diferencia do *venire* positivo pelo facto de que, na *suppressio*, o titular do direito não nada faz, simplesmente se omite, enquanto no *venire* positivo há uma acção positiva clara. Os requisitos da *suppressio* envolvem a não utilização prolongada de uma posição jurídica, criando assim a confiança da contraparte de que esse direito não será exercido. Isso leva a um investimento de confiança por parte da contraparte, e o exercício posterior do direito pode causar danos irreparáveis na esfera jurídica dela. Essa confiança é imputada objectivamente à conduta do titular do direito.

Por fim, vale ressaltar que a *suppressio* não tem utilidade se o direito já tiver apresentado uma solução para a questão em questão. Assim sendo, o período de tempo necessário para que a *suppressio* ocorra deve ser menor do que o período de prescrição. É importante distinguir a *suppressio* da figura retro, uma vez que a *suppressio* visa proteger o

⁵³⁶ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 17.

sujeito que confiou na não utilização do direito, enquanto tanto a prescrição quanto a caducidade não levam em conta esse aspecto, mas apenas o tempo decorrido⁵³⁷.

3.4.2.4. Inalegibilidades formais

No contexto jurídico em que actuamos, os negócios jurídicos são geralmente consensuais⁵³⁸, a predominância da autonomia privada no contexto dos negócios jurídicos impulsiona e dinamiza o fluxo comercial.

Existem situações em que os negócios jurídicos requerem formalidades ou solenidades específicas. Quando essas formalidades não são cumpridas conforme estabelecido pela lei, isso pode resultar na nulidade do negócio jurídico, conforme estipulado pelo artigo 220 do Código Civil. Essa nulidade pode ser contestada a qualquer momento por qualquer pessoa interessada ou até mesmo ser declarada pelo tribunal oficiosamente⁵³⁹.

As formalidades exigidas visam não apenas garantir a publicidade do negócio jurídico para a protecção de terceiros, mas também assegurar uma maior segurança, reflexão e consciência durante a celebração do contrato. Isso ocorre devido às significativas consequências jurídicas dos contratos, especialmente para a parte mais vulnerável. A forma pode assumir diferentes características, sendo uma delas a forma *ad substantiam*, na qual é necessária para a efectivação do próprio negócio jurídico em si⁵⁴⁰.

As formalidades requeridas para a validade do negócio jurídico, como ocorre nos contratos de crédito ao consumo que exigem a entrega de um exemplar ao consumidor e aos garantes, são estipuladas com o propósito de assegurar a transparência e a segurança nas transacções. Assim, as regras formais têm uma finalidade justificável para afastar o princípio da autonomia. Se, ao invocar a nulidade formal, os efeitos resultantes forem contrários a esse propósito, não haverá sentido em anular o negócio jurídico.

⁵³⁷ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, cit., p. 324.

⁵³⁸ Cfr. art. ° 219 do CC.

⁵³⁹ Cfr. art. ° 286 do CC.

⁵⁴⁰ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, Tomo II, 4ª Ed., Coimbra, Almedina, 2014, p. 168.

⁵⁴⁰ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, cit., p. 171, acresce que “durante a elaboração do Código Civil, houve debates sobre a possibilidade de rejeitar a alegação d nulidade com base nos princípios da culpa *in contrahendo*, da boa fé e do abuso do direito”.

A inalegibilidade formal refere-se a uma situação em que a nulidade por falta de forma não pode ser invocada, sob pena de configuração de abuso do direito. Esta vertente do abuso do direito não obteve inicialmente consenso na doutrina, pois parte dela defendia que se tratava de uma prática *contra legem* ao evitar a nulidade, sugerindo, em vez disso, uma compensação por danos devido à culpa na fase pré-contratual⁵⁴¹.

Inicialmente, o abuso do direito só era reconhecido nas situações em que o contraente que causou a nulidade por falta de observância da forma legalmente prescrita tentava alegá-la posteriormente. Mais tarde, passou-se a entender que bastava que a conduta do agente fosse negligente para que o instituto pudesse ser accionado.

O recurso ao abuso do direito com base no princípio da boa fé tinha como objectivo restringir o poder de alegação da nulidade pelo contraente que a causou. No entanto, surge um problema quando consideramos que a nulidade pode ser arguida por qualquer interessado ou até mesmo ser apreciada oficiosamente pelo tribunal, o que dificulta a tentativa de manutenção do contrato nulo. Actualmente, independentemente de quem tenha causado a nulidade, a inalegibilidade formal ocorre quando, analisando o caso concreto, a invocação da nulidade se mostra contrária à boa fé. Isso representa uma aplicação excepcional, tendo em vista a necessidade de garantir a segurança jurídica⁵⁴².

Os proponentes da doutrina da confiança enfatizam a importância de considerar a pessoa contra quem a nulidade é invocada, especialmente sua relação com o vício formal e as consequências decorrentes da nulidade para ela. É essencial que haja boa-fé subjectiva por parte daquele que invoca o abuso do direito, ou seja, que ele não tinha conhecimento da exigência de forma no momento da celebração do contrato, e esse desconhecimento não pode ser atribuído a uma negligência grave. Caso contrário, seria razoável esperar que o contrato fosse declarado nulo.

A contraparte, influenciada pela conduta do agente, confia na validade do negócio e investe nele sem reservas, de modo que se a nulidade for alegada, as consequências seriam significativas. No entanto, esta situação difere do *venire contra factum proprium*, pois requer uma maior cautela e mais exigências: a boa-fé subjectiva é considerada, assim como a necessidade de respeitar a finalidade para a qual a exigência de forma foi estabelecida. Apenas

⁵⁴¹ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, cit., p. 191

⁵⁴² FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 17.

os interesses das partes envolvidas podem ser afectados, não os de terceiros de boa-fé; a confiança deve ser “censuravelmente imputável à pessoa a ser responsabilizada” e é difícil garantir o investimento de confiança de outra maneira⁵⁴³.

3.4.3. Desequilíbrio no exercício

A noção de desequilíbrio no exercício do direito representa uma categoria residual dentro do espectro do abuso do direito. Em certas circunstâncias, observamos a ocorrência de acções que, embora não atendam plenamente aos critérios das outras modalidades de abuso do direito, ainda assim revelam-se abusivas devido ao desequilíbrio manifesto entre o exercício do direito e o resultado prático alcançado.

Essas situações podem envolver condutas que, embora aparentemente legais, são contrárias aos princípios da boa-fé e da equidade. Talvez não se enquadrem perfeitamente em categorias predefinidas de abuso do direito, mas ainda assim geram consequências prejudiciais ou injustas para uma das partes envolvidas.

Por exemplo, pode ocorrer quando uma parte exerce seu direito de forma excessiva, aproveitando-se de uma posição de poder ou superioridade em relação à outra parte contratante. Isso pode resultar em uma vantagem desproporcional ou injusta para a parte que exerce o direito, em detrimento da outra parte contratante.

Portanto, embora o desequilíbrio no exercício do direito possa não ser facilmente classificado dentro das modalidades tradicionais de abuso do direito, ainda assim representa uma preocupação significativa no contexto jurídico, exigindo uma análise cuidadosa e uma abordagem sensível para garantir a equidade e a justiça nas relações contratuais e legais⁵⁴⁴.

⁵⁴³ Posição defendida por ANTONIO MENEZES CORDEIRO, conforme CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, Tomo V, Coimbra, Almedina, 2005, p. 311.

⁵⁴⁴ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 18.

Esses subtipos do abuso do direito representam diferentes cenários nos quais o exercício dos direitos legais resulta em consequências danosas ou desequilibradas para outras partes envolvidas⁵⁴⁵:

- Exercício danoso e inútil: nesse caso, o agente está agindo dentro dos limites estabelecidos pela ordem jurídica, mas seu exercício do direito não resulta em nenhum benefício prático e, além disso, causa danos a terceiros. Essa situação é exemplificada pelos actos emulativos mencionados anteriormente, nos quais o titular do direito age de maneira maliciosa, apenas para prejudicar outra pessoa;
- *Dolo agit quem petit quod statim redditurus est* (Age com dolo aquele que deve restituir logo de seguida): esse subtipo destaca a situação em que uma parte, ao exigir algo de outra, induz essa segunda parte a fazer esforços e incorrer em despesas inúteis, pois tem o direito de exigir a restituição imediata da prestação realizada. Esse subtipo é de particular relevância no direito alemão, onde é reconhecido como uma prática abusiva;
- Desproporção entre a vantagem do titular e o sacrifício imposto a outrem: este subtipo aborda situações em que o exercício de um direito resulta em uma vantagem insignificante para o titular do direito, em comparação com o ónus ou sacrifício imposto a outra parte. Essa desproporção pode ocorrer de várias maneiras, incluindo o desencadeamento de poderes por faltas insignificantes, o exercício de direitos com lesões intoleráveis a outras pessoas e o exercício do direito sem considerar circunstâncias especiais. Aqui, é crucial ponderar os interesses de todas as partes envolvidas e garantir uma abordagem equilibrada e justa no exercício dos direitos legais⁵⁴⁶.

⁵⁴⁵ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, cit., p. 341 e ss.

⁵⁴⁶ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 19.

3.4.4. Pressupostos para o exercício do direito

3.4.4.1. Boa fé

O princípio da boa fé desempenha um papel fundamental na ordem jurídica, reflectindo a preocupação com os valores ético-jurídicos da comunidade. Ele proporciona uma maior flexibilidade ao direito, permitindo-lhe adaptar-se a situações que nem sempre são abordadas de forma específica pelas normas jurídicas. As leis tendem a ser gerais e abstractas, o que pode dificultar a sua aplicação em todas as circunstâncias. Nesse contexto, a boa fé actua como um mecanismo que preenche lacunas e ajuda a garantir um resultado justo e equitativo em situações que não foram previamente regulamentadas de forma detalhada⁵⁴⁷.

O princípio da boa fé se revela em todas as relações jurídicas por meio de uma série de deveres laterais, que incluem a segurança, lealdade, cooperação e informação. Esses deveres reflectem a expectativa de que as partes ajam de maneira justa, honesta e transparente ao lidar umas com as outras.

A boa fé pode assumir tanto uma forma subjectiva, relacionada às intenções e crenças individuais das partes, quanto uma forma objectiva, que se baseia em padrões razoáveis de comportamento esperado em uma determinada situação. Ambas as formas da boa fé são essenciais para promover a confiança e a integridade nas relações jurídicas⁵⁴⁸.

A boa fé subjectiva refere-se à consciência individual de uma pessoa sobre suas acções e se ela está ou não prejudicando os direitos de outra pessoa. Esse aspecto da boa fé considera o conhecimento e a intenção específica do sujeito em relação ao dano causado. Por outro lado, a boa fé objectiva pode ser de natureza psicológica, quando o sujeito não tem conhecimento do dano que está causando, ou ética, quando o sujeito desconhece a situação sem culpa. Nesse sentido, a boa fé objectiva se baseia em padrões de comportamento razoáveis e nas expectativas da sociedade em relação à conduta das pessoas em determinadas circunstâncias⁵⁴⁹.

Exactamente. A boa fé objectiva desempenha um papel crucial no instituto do abuso do direito, pois estabelece padrões de conduta esperados e razoáveis para as partes

⁵⁴⁷ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 10.

⁵⁴⁸ DE SÁ, Fernando Augusto Cunha, *Abuso do Direito*, Coimbra, Almedina, 1997, p. 171.

⁵⁴⁹ ASCENSÃO, José de Oliveira, *“O abuso do direito e o artigo 334 do CC: uma recepção transviada”*, cit., p. 171.

envolvidas em uma relação jurídica. Isso significa que, independentemente da intenção do agente ou de seu conhecimento sobre as possíveis consequências lesivas de suas acções, a análise se concentra nas expectativas normativas da sociedade em relação ao comportamento das partes. Em contraste, a boa fé subjectiva refere-se à consciência individual do agente em relação a suas próprias acções e ao impacto delas sobre os direitos alheios, mas não é determinante no contexto do abuso do direito.

3.4.4.2. Bons costumes

Os bons costumes, ou moral social, são fundamentais para determinar a aceitabilidade ou reprovação do exercício de um direito em uma determinada sociedade. Esses costumes representam o conjunto de valores, normas e comportamentos que são amplamente aceites e praticados por uma comunidade em um momento específico.

Quando o exercício de um direito vai de encontro a esses padrões ético-sociais, pode ser considerado contrário aos bons costumes. Isso pode ocorrer quando há uma conotação de imoralidade ou violação das normas sociais predominantes. Vale ressaltar que os bons costumes são relativos e podem variar ao longo do tempo e de acordo com o contexto cultural e social em que se encontram⁵⁵⁰.

Existem comportamentos e práticas comumente aceites em determinadas regiões e, que são completamente reprovadas em outras assentes em questões de natureza cultural, religiosa, política, etc., de igual modo que existem actuações que outrora foram encaradas como indignas e que com as mudanças dos tempos e dos paradigmas são hoje recebidas como normais e de aceitação ageral.

⁵⁵⁰ FLORENÇA, Ana Marques, *O abuso do direito no Direito do Consumo*, cit. p. 10.

3.4.4.3. Fim social ou económico do direito

Quando falamos sobre a limitação do exercício dos direitos em virtude dos seus fins objectivos, estamos nos referindo ao princípio de que os direitos são concedidos com propósitos específicos e devem ser exercidos de acordo com esses propósitos.

Se um titular de direitos age de maneira que se desvia das finalidades para as quais esses direitos foram concedidos, isso configura um abuso do direito. Em outras palavras, os direitos não devem ser utilizados de forma que contrarie ou desvirtue suas finalidades originais, mas sim em consonância com os objectivos que justificam sua existência na ordem jurídica⁵⁵¹.

Completamente de acordo. Embora o texto do artigo 334 do Código Civil forneça uma base, a compreensão completa e a aplicação adequada do abuso do direito exigem uma análise mais abrangente da evolução desse instituto ao longo do tempo e das diferentes modalidades que ele abrange. O abuso do direito não é estático; ele evoluiu e se adaptou às mudanças sociais, culturais e jurídicas ao longo dos anos. Além disso, existem diversas formas de abuso do direito, cada uma com suas próprias características e nuances. Portanto, é crucial considerar essa evolução e essas diferentes modalidades para uma compreensão mais completa e uma aplicação mais eficaz desse instituto jurídico.

3.5. O abuso do direito nos contratos de consumo

O abuso do direito ocorre quando alguém, mesmo tendo um direito reconhecido pela lei, o utiliza de maneira excessiva ou inadequada, ultrapassando os limites impostos pela boa fé, pelos bons costumes ou pelo fim social ou económico desse direito. Essa conduta é considerada ilegítima porque vai além do propósito para o qual o direito foi concedido, causando prejuízo ou violando os interesses legítimos de outras partes envolvidas. Portanto, o

⁵⁵¹ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 11.

abuso do direito é uma questão complexa que exige uma análise cuidadosa das circunstâncias específicas de cada caso⁵⁵².

O direito de arrependimento é uma ferramenta legal destinada a proteger os consumidores em situações em que eles realizam contratos fora do estabelecimento comercial do fornecedor ou à distância, como compras pela internet ou por telefone. Este direito permite que o consumidor desista do contrato dentro de um determinado período de tempo após a sua celebração, sem a necessidade de justificar sua decisão.

Essa protecção é uma forma de evitar possíveis abusos por parte dos fornecedores, garantindo que os consumidores tenham a oportunidade de reconsiderar suas decisões e evitar transacções que possam resultar em prejuízos ou insatisfação. Portanto, o direito de arrependimento está intrinsecamente ligado à ideia de evitar o abuso do direito por parte dos fornecedores, oferecendo uma salvaguarda aos consumidores em determinadas situações contratuais⁵⁵³.

De facto, a questão sobre se o abuso do direito pode ser invocado em casos de nulidade formal é objecto de debate na doutrina jurídica. Alguns argumentam que a legislação já prevê medidas para lidar com a nulidade formal e, portanto, o abuso do direito não seria aplicável nesses casos. Um exemplo disso é o artigo 227 do Código Civil, que trata da ineficácia de certos actos jurídicos em casos de não observância de formalidades essenciais.

Essa perspectiva defende que, ao estabelecer regras específicas sobre a invalidade de actos devido à falta de forma, o legislador já considerou a questão da protecção dos interesses das partes envolvidas. Portanto, argumenta-se que não seria necessário recorrer ao abuso do direito nesses casos, uma vez que a lei já prevê as consequências da falta de observância das formalidades legais.

No entanto, há outras correntes doutrinárias que defendem que o abuso do direito ainda pode ser aplicável mesmo em situações de nulidade formal. Essa posição sustenta

⁵⁵² MARTINS, Carina Guerra, *O Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo em Especial*, Dissertação de Mestrado, Universidade Lusíada do Porto, Porto, 2019, p. 42.

⁵⁵³ MARTINS, Carina Guerra, *O Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo em Especial*, cit., p. 42, entende que, “no entanto, mostra-se crucial estabelecer limites ao exercício desse direito, pois, do contrário, os profissionais poderiam sofrer sérios prejuízos devido ao abuso desse direito. Por exemplo, se um consumidor compra um *Compact Disc* (CD), o grava e o devolve posteriormente, o profissional não conseguira obter lucro em tais circunstâncias.” De princípio, demonstra-se que o conteúdo do CD é consumido integralmente pelo adquirente desde o momento em que ele transfere para o seu aparelho no qual poderá em qualquer momento fazer o uso.

que o abuso do direito pode ser invocado quando uma das partes utiliza a nulidade formal de forma excessiva ou desproporcional, ultrapassando os limites da boa-fé ou dos bons costumes.

Assim, a controvérsia persiste e a interpretação sobre a possibilidade de invocar o abuso do direito em casos de nulidade formal pode variar dependendo do contexto específico e das interpretações das leis e princípios jurídicos aplicáveis⁵⁵⁴.

Os defensores da aplicação do artigo 227 do Código Civil argumentam que o não cumprimento das normas jurídicas que regem a forma dos contratos já acarreta um dano em si: a nulidade do contrato. Nesse sentido, sustentam que a manutenção do contrato não é admissível, uma vez que uma das partes não manifestou a vontade necessária para a sua validade, e o próprio legislador previu expressamente a nulidade nos casos de não observância das formalidades legais⁵⁵⁵.

Para tais percursores, o agente que desrespeita as regras de boa-fé no momento da formação do contrato e posteriormente invoca a nulidade formal deve arcar com as consequências de sua conduta. Isso significa que ele tem o dever de compensar a contraparte pelos danos que causou de forma culposa. Essa compensação é vista como uma forma de reparar os prejuízos sofridos pela parte prejudicada em decorrência do comportamento negligente ou desleal da outra parte.

Essa abordagem enfatiza a importância da responsabilidade das partes na formação dos contratos e na observância das normas jurídicas que regem esse processo. Ao mesmo tempo, busca assegurar que os princípios de boa-fé e equidade sejam respeitados, mesmo diante da ocorrência de uma nulidade formal, garantindo assim uma proteção adequada aos interesses das partes envolvidas.

Essa posição é considerada mais adequada para resolver a questão em análise, pois reconhece que a entrega do exemplar é um dever do credor, o profissional, e não do consumidor. Dificilmente o consumidor, na formação do contrato, adota uma conduta que contribua para a nulidade do negócio. Portanto, não seria razoável exigir que o consumidor pagasse uma indemnização nos termos previstos pelo artigo 227 do Código Civil, uma vez que ele não é o responsável pela geração da nulidade.

⁵⁵⁴ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, cit., p. 581.

⁵⁵⁵ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 54.

Na verdade, ao invocar a nulidade, o consumidor está protegendo-se de um dano iminente, pois, ciente dos efeitos da nulidade do contrato, o credor tem o dever de restituir as prestações recebidas sem obter qualquer rendimento pela disponibilização do capital. Nesse contexto, a aplicação do abuso do direito se mostraria inútil, uma vez que sua finalidade seria evitar a ocorrência desse dano.

Portanto, ao considerar que o consumidor não é responsável pela falta de entrega do exemplar e que a invocação da nulidade visa proteger seus direitos e interesses, essa posição propõe uma abordagem mais equitativa e justa para a resolução do problema, garantindo a devida protecção ao consumidor diante da violação das normas formais pelos profissionais⁵⁵⁶.

É importante destacar que a conduta que ultrapassa manifestamente os limites da boa fé nem sempre está acompanhada de culpa. O consumidor pode estar desconhecendo as circunstâncias de facto e de direito, ou mesmo que esteja ciente delas, pode não ter a intenção de causar qualquer dano. Portanto, a presença da culpa será um dos pressupostos para a aplicação do artigo 227 do Código Civil.

O abuso do direito representa uma forma de adaptação do direito à evolução da sociedade. Embora o legislador tenha consagrado a invalidade dos contratos que não observam determinadas formalidades, há situações em que essa solução pode não ser a mais adequada aos interesses ético-jurídicos predominantes na comunidade. Diante de um manifesto desrespeito pelos limites da boa fé, dos bons costumes e do fim económico-social da norma, torna-se necessário buscar uma solução justa.

Assim, o abuso do direito surge como um mecanismo flexível que permite ajustar as normas jurídicas às necessidades e valores da sociedade em constante evolução. Ao considerar não apenas a legalidade formal, mas também os princípios éticos e sociais que regem as relações humanas, o abuso do direito contribui para a construção de um sistema jurídico mais justo e equitativo.

⁵⁵⁶ FLORENÇA, Ana Marques, *O abuso do direito no Direito do Consumo*, cit. p. 55.

3.5.1. Inalegabilidades formais e *venire contra factum proprium*

Identificar o abuso do direito em contratos de consumo requer, antes de tudo, uma compreensão clara das diferentes modalidades desse conceito.

O *venire contra factum proprium* é, sem dúvida, uma das modalidades de abuso do direito mais recorrentes tanto na prática jurisprudencial quanto na doutrina⁵⁵⁷: essa descrição ilustra muito bem a dinâmica do *venire contra factum proprium*. O consumidor, ao agir de maneira contraditória entre duas condutas, acaba por gerar uma expectativa de que ele não irá invocar a nulidade ou o arrependimento do contrato. Isso ocorre porque, ao agir como se o contrato fosse válido e ao realizar suas prestações, ele transmite a mensagem de que está comprometido com a manutenção do contrato, mesmo que existam elementos que poderiam levar à sua anulação ou rescisão.

Esse comportamento, ao longo do tempo, cria uma confiança legítima na outra parte contratante, que pode ser o profissional, de que o contrato será mantido e que não haverá a invocação de nulidade ou arrependimento.

Essa linha de argumentação busca proteger a posição do profissional que confiou na validade contínua do contrato, apesar da falta de observância das formalidades pelo fornecedor. Ao longo de um período considerável, a relação contratual permaneceu em vigor sem que o profissional questionasse sua validade devido à falta de cumprimento das formalidades exigidas. Durante esse tempo, o profissional desenvolveu uma confiança legítima na continuidade do contrato, baseando-se na conduta aparentemente regular do fornecedor.

Essa confiança estabelecida pelo profissional na vigência do contrato é crucial, pois ele pode ter feito investimentos, planeamentos ou tomado outras decisões com base na continuidade da relação contratual. Portanto, diante desse contexto, a invocação da nulidade pelo fornecedor se torna injustificada e desleal. O princípio da boa fé, que é fundamental nas relações contratuais, sugere que as partes devem agir de forma honesta e leal uma com a outra.

Ademais, permitir a invocação da nulidade após um período prolongado de vigência do contrato, durante o qual o profissional confiou na sua validade, causaria prejuízos desnecessários e injustos ao profissional. Isso poderia resultar em perdas financeiras, danos à

⁵⁵⁷ MORAIS, Fernando de Gravato, *Crédito aos Consumidores*, Coimbra, Almedina, 2009, p. 67.

reputação ou outros impactos negativos para o profissional, que agiu de boa fé com base na continuidade do contrato.

Portanto, a confiança estabelecida ao longo do tempo pela conduta do fornecedor afasta a legitimidade para a invocação da nulidade, em prol da protecção da confiança legítima e da segurança nas relações contratuais⁵⁵⁸.

De facto, a confiança mútua entre as partes é essencial para a aplicação da tutela da confiança. Se o financiador, por exemplo, deliberadamente negligenciar a entrega do exemplar com a intenção de posteriormente invocar o abuso do direito para se proteger, isso levanta sérias questões sobre a existência de confiança genuína entre as partes. A conduta do financiador, ao ignorar deliberadamente suas obrigações contratuais, seria claramente indicativa de má-fé.

Nessas circunstâncias, é improvável que o profissional depositasse confiança legítima na validade contínua do contrato, pois a conduta do financiador seria interpretada como uma indicação de que ele não tinha a intenção de cumprir suas obrigações contratuais de boa fé. Portanto, a invocação da tutela da confiança se tornaria questionável, uma vez que a base fundamental para essa confiança mútua não estaria presente.

Nesses casos, seria justificável impor sanções ao financiador por sua conduta negligente ou maliciosa. Isso poderia incluir medidas para compensar quaisquer danos sofridos pelo profissional devido à quebra de confiança, além de potenciais penalidades por violação dos termos contratuais. Afinal, a boa fé e a confiança mútua são pedras fundamentais das relações contratuais, e qualquer violação desses princípios deve ser tratada com seriedade e consequências adequadas⁵⁵⁹.

Dependendo da orientação adoptada, os requisitos para a aplicação da inelegibilidade formal podem variar. Na perspectiva das saídas negociais, por exemplo, o foco está na análise das circunstâncias em que as partes celebraram o contrato e se alguma delas agiu de forma a causar a nulidade formal. Já na doutrina da confiança, a ênfase recai sobre a confiança legítima estabelecida entre as partes, levando-se em consideração se houve uma expectativa razoável de que o contrato seria válido, apesar da falta de observância das formalidades. Por fim, na abordagem que considera a natureza das normas formais, o ponto

⁵⁵⁸ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 56.

⁵⁵⁹ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual do Direito do Consumo*, cit., p. 301.

central é avaliar se a exigência de forma foi violada de forma tão flagrante que torna injustificável a invocação da nulidade. Cada uma dessas perspectivas oferece um quadro interpretativo diferente para analisar a questão das inalegabilidades formais e determinar sua aplicação em casos específicos⁵⁶⁰.

A abordagem das saídas negociais parece atribuir uma considerável importância à vontade das partes e aos efeitos já produzidos pela relação jurídica, mesmo que formalmente inválida. No entanto, essa interpretação poderia resultar em uma aplicação excessiva do abuso do direito, já que não se limitaria apenas aos casos em que há um claro excedente dos limites da boa fé, dos bons costumes ou do fim social ou económico do direito em questão. Evidentemente que, essa abordagem pode gerar incertezas e inconsistências na aplicação do direito. Por essas razões, talvez não seja a orientação mais adequada para lidar com a questão das inalegabilidades formais⁵⁶¹.

Essa abordagem das inalegabilidades formais como um subtipo do *venire contra factum proprium* destaca a importância de considerar a posição específica do credor no momento da celebração do contrato. É crucial avaliar se o credor agiu de boa fé, desconhecendo a necessidade de cumprir as formalidades legais. Por outro lado, o consumidor deve ser capaz de criar uma confiança legítima no credor, de modo que este último faça investimentos sem prejudicar os interesses de terceiros de boa fé. Essa perspectiva parece levar em conta tanto a boa fé quanto a confiança estabelecida entre as partes, proporcionando uma base mais sólida para a aplicação das inalegabilidades formais⁵⁶².

Nesse modelo de tutela da confiança, a aplicação das inalegabilidades formais em contratos de consumo parece encontrar limitações práticas significativas. O fornecedor, na qualidade de profissional, possui o dever de estar ciente e compreender suas obrigações legais, incluindo a obrigação de fornecer o exemplar ao consumidor. Se ele não cumpre essa obrigação, está agindo com negligência grosseira, o que coloca em dúvida a existência de uma confiança digna de protecção que justifique a imposição de determinadas formas ou

⁵⁶⁰ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, Tomo V, Coimbra, Almedina, 2005, pp. 299 e ss.

⁵⁶¹ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 57.

⁵⁶² FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 57.

formalidades. Assim, a invocação da nulidade com base nas inalegabilidades formais pode não ser viável quando o fornecedor não cumpre seus deveres básicos de diligência⁵⁶³.

No contexto jurídico, os negócios consensuais são geralmente privilegiados, reservando-se a imposição de requisitos formais apenas quando há um interesse específico a ser protegido que justifique a restrição à autonomia privada. Quando esse interesse já é adequadamente protegido por outras disposições legais, torna-se desnecessário sacrificar o negócio jurídico devido a uma falha formal⁵⁶⁴.

É verdade que nem sempre é evidente a finalidade por trás das normas que estabelecem requisitos formais e outras formalidades. Essa falta de clareza pode tornar desafiadora a aplicação desta modalidade de abuso do direito⁵⁶⁵.

Exacto, se o consumidor invocar a nulidade com o objectivo de satisfazer um interesse que não o seu, isso pode levantar dúvidas sobre a justificação do sacrifício imposto ao princípio da autonomia privada⁵⁶⁶.

Essa orientação estabelece que, se houver desrespeito pelo fim da norma, a nulidade não pode ser alegada com base no abuso do direito.⁵⁶⁷

Nesse caso, ao contrário das inalegabilidades formais com base na tutela da confiança e do *venire contra factum proprium*, não é necessário que o consumidor tenha criado confiança no profissional de que não invocaria a nulidade⁵⁶⁸.

O decurso de um longo período de tempo não significa automaticamente que a invocação da nulidade seja abusiva. Em vez disso, o tempo é relevante para analisar a conduta do consumidor ao longo desse período. Se passou bastante tempo desde a celebração do contrato, durante o qual todas as obrigações foram cumpridas e não surgiram questões, isso sugere que o consumidor estava ciente e concordava com os termos do contrato⁵⁶⁹.

⁵⁶³ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, Tomo V, cit., p. 308.

⁵⁶⁴ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 57.

⁵⁶⁵ CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, Tomo V, cit., p. 308, sustenta que “as normas formais são normas plenas. Os fins não são claros, logo não é possível uma redução teleológica”.

⁵⁶⁶ FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 58.

⁵⁶⁷ LIMA, Pires de, e VARELA, Antunes, *Código Civil Anotado*, cit., p. 300.

⁵⁶⁸ FLORENÇA, Ânia Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 58.

⁵⁶⁹ FLORENÇA, Ânia Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 58.

No exemplo dado, o consumidor celebra um contrato de crédito sem receber uma cópia do contrato e, posteriormente, descobre uma cláusula com a qual não concorda. Nesse caso, ao invocar a nulidade do contrato, o consumidor estaria buscando protecção para seus interesses, alinhando-se com o objectivo económico-social subjacente à norma que exige a entrega da cópia do contrato. Portanto, sob a perspectiva das inalegabilidades formais com base no fim da norma, a invocação da nulidade não seria considerada abuso do direito⁵⁷⁰.

No contexto do *venire contra factum proprium*, onde o consumidor praticou duas condutas contraditórias, existe a possibilidade de surgir um conflito de interesses entre o consumidor e o profissional. Enquanto o consumidor pode invocar a nulidade do contrato com base em uma conduta anteriormente realizada, o profissional pode sofrer prejuízos significativos devido à desistência do contrato, sem receber qualquer contrapartida.

Nesse sentido, é essencial ponderar os interesses em jogo e considerar que tanto o consumidor quanto o profissional precisam de protecção adequada. No entanto, o legislador já antecipou essa questão ao prever o direito do consumidor de invocar a nulidade por falta de entrega do exemplar do contrato, visando proteger seus interesses. Portanto, não parece justificado afastar a aplicação desse direito quando ele está alinhado com os objectivos estabelecidos pelo legislador⁵⁷¹.

Em suma, ao aplicar o conceito das inalegabilidades formais com base na análise do fim da norma, preserva-se um dos pilares fundamentais do direito privado: a autonomia privada. Quando as partes expressam sua vontade de celebrar contratos, devem fazê-lo com base na boa fé, tanto nos estágios preliminares quanto durante a execução do contrato. Se o consumidor não identificar nenhum elemento que comprometa a validade ou vigência do contrato, não deve ser obrigado a sacrificá-lo, mesmo que o profissional tenha negligenciado certas formalidades na celebração do acordo.

O próprio comportamento contínuo do consumidor, ao cumprir o contrato de crédito ao consumo mesmo após tomar conhecimento de suas cláusulas, sugere que, mesmo que o profissional tivesse fornecido uma cópia do contrato, o consumidor teria procedido da mesma forma na celebração do acordo. Isso ressalta a importância de considerar a autonomia e a boa fé das partes envolvidas na relação contratual.

⁵⁷⁰ FLORENÇA, Ânia Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, cit. p. 59.

⁵⁷¹ FLORENÇA, Ânia Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo* cit. p. 60.

Se o consumidor invocar a nulidade do contrato, não porque se deparou com uma condição com a qual não tinha acordado, mas sim porque se quer desvincular da relação jurídica sem fundamento, deixa de ser relevante se gerou ou não a confiança do credor, havendo abuso do direito. A autonomia privada e a confiança no tráfico jurídico tem de ser tuteladas⁵⁷².

Ao introduzir o direito de arrependimento para proteger os consumidores, o legislador também teve que considerar os interesses dos profissionais envolvidos. Isso implicou a implementação de um conjunto de restrições e salvaguardas para mitigar possíveis injustiças que poderiam ocorrer em detrimento dos profissionais. O objectivo foi equilibrar os direitos e responsabilidades das partes envolvidas e evitar abusos de direitos por qualquer uma delas.

Essas restrições foram projectadas para garantir que o direito de arrependimento não fosse utilizado de forma abusiva, tanto pelos consumidores quanto pelos profissionais. Ao estabelecer regras claras e procedimentos específicos para o exercício desse direito, o legislador procurou proteger os interesses de ambas as partes e promover relações contratuais justas e equilibradas⁵⁷³.

3.6. O Direito de Arrependimento e o Princípio *Pacta Sunt Servanda*

O Princípio de força obrigatória dos contratos, que informa que o contrato equipara-se a lei entre os sujeitos contraente com o substrato no princípio da autonomia privada, na boa-fé e na confiança, regula tudo o resto. Os acordos devem ser cumpridos, não devendo por seu turno modificar as leis. Os deveres de pautar por regras de boa conduta, tendem a incorporar o contrato, no que diz respeito a conduta e postura das partes perante a obrigação assumida com o objectivo de garantir o seu efectivo cumprimento⁵⁷⁴.

Relevante se torna trazer a colação a Teoria do *hardship*, também tratadas por cláusulas de revisão, através das quais as partes podem readaptar o acordo com o fundamento na alteração das circunstâncias, podendo inclusivamente ser prevista tal cláusula no momento da celebração do contrato⁵⁷⁵.

⁵⁷² FLORENÇA, Ana Marques, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo* cit. p. 60

⁵⁷³ MARTINS, Carina Guerra, *O Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo em Especial*, cit., p. 43.

⁵⁷⁴ LOPES, Alexandre Augusto de Oliveira, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, cit. p. 14.

⁵⁷⁵ LOPES, Alexandre Augusto de Oliveira, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, cit. p. 14.

Chama-se de *hardship* por se tratar de uma ferramenta disposta a colmatar eventuais lacunas na resolução de dissídios resultantes maioritariamente dos contratos internacionais, sobretudo os de duração prolongada. Desta feita, a *hardship* funda-se na adversidade e tem como intuito principal o de garantir o equilíbrio contratual, uma vez que a sua génese se deu por virtude dos princípios *pact sunt servanda* e *rebus sic stantibus*⁵⁷⁶.

Para o caso dos princípios da UNIDROIT (*Institut International pour l'Unification du Droit Prive*), ancorada aos princípios europeus dos direitos dos contratos, permite-se que existindo boa-fé e lealdade entre as partes, torna-se aplicável a cláusula do *hardship* para a garantia do equilíbrio contratual⁵⁷⁷ na contratação internacional, diminuindo largamente possíveis danos a ser sofridos na esfera da parte que seria lesada pelo incumprimento da obrigação, não existindo qualquer objecção para a sua aplicação em contratos entre particulares.

Observa-se assim, uma relação com o direito do consumidor ao arrependimento que acima descrevemos. A obrigatoriedade imposta ao fornecedor de respeitar o dever de prestar informação pré-contratual ao consumidor, quando realizada nos moldes descritos legalmente influenciará para a celebração de um contrato dentro de um quadro negocial padrão⁵⁷⁸.

A questão colocada vai no sentido de perceber se o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor ao envolver um incumprimento substancial do contrato feriria o *pact sunt servanda*? A doutrina entende que não, e sustenta que a resolução de um contrato que pressuponha o adimplemento, a ilicitude, e culpa e o dano, não se podem confundir com o direito de arrependimento, pois neste último, não existe qualquer intenção culposa ou danosa, inadimplência e tão pouco a conduta ilícita, bastando apenas a vontade de o consumidor se arrepender e realizar o direito dentro dos pressupostos legais exigidos⁵⁷⁹.

Já o *pacta sunt servanda*, levanta uma discussão doutrinária e uma parte advoga que se verificando o arrependimento do consumidor de determinada compra ou contratação de prestação de certo serviço, se colocaria na posição de quebra de um pacto assumido entre as

⁵⁷⁶ LOPES, Alexandre Augusto de Oliveira, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, cit. p. 14.

⁵⁷⁷ RODRIGUES, Cristina de Amunátegui, *La Cláusula Rebus Sic Stantibus*, Tritant, 2003, p. 33.

⁵⁷⁸ ANTUNES, Ana Filipe Morais, *Comentário à Lei das Cláusulas Contratuais Gerais – DL n.º 486/85*, Coimbra Editora, Coimbra, 2013, pp. 16-17.

⁵⁷⁹ LOPES, Alexandre Augusto de Oliveira, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, cit. p. 15.

partes. A existência da norma, embora proteja somente o consumidor diante a superioridade financeira e de práticas comerciais abusivas do comerciante, limita as partes levando-nos a conclusão que nasce uma interferência no princípio *pacta sunt servanda*, ainda que se trate de uma medida protectora dos direitos do consumidor⁵⁸⁰.

3.7. O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e fora do estabelecimento em Moçambique

A política legislativa de protecção do consumidor em matéria de contratos celebrados a distancia, tendente a proporcionar um equilíbrio entre as partes, assenta em dois pilares básicos: por um lado, a exigência obrigatória do dever de prestar uma informação previa e exhaustiva, por parte do fornecedor do bem ou serviço, que visa suprir a impossibilidade de apreciação das qualidades do produto mediante o exame físico do mesmo, por outro lado, a atribuição ao consumidor de um prazo de reflexão, após celebração do contrato, durante o qual pode decidir unilateralmente desvincular-se do contrato, sem indicação do motivo.

Com tal imposição pretende-se dar satisfação ao direito de o consumidor obter uma informação adequada sobre os produtos e serviços a sua disposição, tido como essencial no momento de tomar uma decisão de compra. Este direito a informação previa é completado com o direito a confirmação por escrito das informações, nos termos art.º 44 da Lei n.º 3/2017, de 9 de Janeiro⁵⁸¹.

Entendido primeiro como direito de livre resolução, é um dos direitos do consumidor que reflecte, a sua posição de contraente mais fraco e a premente necessidade de protecção nos negócios jurídicos que não resultem para eles do produto de vontade manifestada livre e esclarecidamente. Por isso, este direito não tem cabimento nos contratos em que se verifica uma absoluta igualdade entre as partes, derivada da atribuição a ambas de um poder negocial idêntico e, portanto, a mesma possibilidade de determinar as cláusulas do contrato⁵⁸².

⁵⁸⁰ LOPES, Alexandre Augusto de Oliveira, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, cit. p. 16.

⁵⁸¹ REBELO, Fernanda Neves, *O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da protecção do consumidor*, cit., p. 20.

⁵⁸² REBELO, Fernanda Neves, *O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da protecção do consumidor*, cit., p. 20.

De facto, o direito de livre resolução constitui uma importante excepção ao princípio *pacta sunt servanda*, ou seja, ao princípio da força vinculativa dos contratos, como previsto no artigo 406 do Código Civil. Enquanto no Direito Comum a perfeição do contrato exige que seja pontualmente cumprido por ambas as partes, respeitando todas as cláusulas do contrato e o princípio da estabilidade ou da conservação dos contratos, o direito de livre resolução permite que uma das partes rescinda o contrato dentro de determinadas condições e prazos, sem incorrer em violação contratual. Isso proporciona uma flexibilidade importante para proteger os interesses das partes, especialmente em contextos de consumo, onde pode haver disparidade de poder entre as partes contratantes⁵⁸³. Segundo o princípio geral, nos contratos baseados na confiança resultante do estabelecimento de uma relação duradoura, como por exemplo: o mandato, a prestação de serviços ou a agência, e noutros contratos celebrados por tempo indeterminado, é sempre permitido a qualquer uma das partes fazer cessar os efeitos negociais, mediante declaração unilateral dirigida a outra parte. Porém, no âmbito do direito dos consumidores, existe a possibilidade de aplicação de tal direito dos consumidores, existe a possibilidade de aplicação de tal direito a contratos de cumprimento instantâneo, como a compra e venda, não com base numa relação de confiança entre as partes, mas antes no facto de uma das partes ser um profissional e a outra parte ser o consumidor, a quem se pretende atribuir esse direito⁵⁸⁴.

Trata-se afinal de um novo domínio da contratação, que constitui ao mesmo tempo um limite ao princípio da paridade de tratamento das partes envolvidas no contrato e um desvio (plenamente justificado) ao princípio assinalado. Sublinhe-se, a propósito, que é a própria lei a prever expressamente excepções (desde que justificadas) ao princípio *pacta sunt servanda*. Com efeito, nos termos do n.º 1 *in fine* do art.º 406 do Código Civil, admite-se excepções havendo mútuo consentimento ou nos casos admitidos na lei. Ora, a presente situação integra-se, pensamos, nesta segunda alternativa porque todo este regime decorre directa e explicitamente de certas disposições inseridas na regulamentação de alguns contratos de consumo⁵⁸⁵.

⁵⁸³ COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 8ª Ed., Almedina, Coimbra, 2000, p. 244.

⁵⁸⁴ REBELO, Fernanda Neves, *O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da protecção do consumidor*, cit., p. 21.

⁵⁸⁵ OLIVEIRA, Elsa Dias, “*A protecção dos consumidores nos contratos celebrados através da Internet*”, cit. p. 94.

Sim, de acordo com a Lei de Defesa do Consumidor de Moçambique, Lei n.º 22/2009, de 28 de Setembro, no n.º 5 do artigo 21, é mencionado que o consumidor tem o direito de desistir do contrato no prazo de “sete dias úteis” a partir da data de recepção do bem ou serviço, quando a contratação ocorre fora do estabelecimento comercial por meio de correspondência ou equivalentes. Esse direito de desistência é importante para proteger os consumidores em transações realizadas à distância. Além disso, no n.º 6 do mesmo artigo, é previsto que se o consumidor exercer esse direito, os valores pagos durante o período de reflexão devem ser devolvidos imediatamente e actualizados monetariamente. Embora essas disposições sejam breves, fornecem uma base para proteger os direitos dos consumidores em transações fora do estabelecimento comercial.

O que o legislador ordinário não tratou de acautelar com o rigor devido, nesta altura, foi exactamente o regime aplicável para os contratos que se celebram fora do estabelecimento comercial, por meio de correspondência ou equivalentes para que dúvidas não fossem existir a quando da aplicação da norma de protecção dos interesses do consumidor.

À outra matéria que suscita debate em nossa opinião, cinge-se no alcance de compreender o período de tempo exacto a que o consumidor terá direito de reembolso por virtude do exercício do direito de retractação, uma vez que a lei dispõe apenas que será imediatamente. A questão que se há-se colocar, será de imediatamente ao comunicar ao fornecedor ou comerciante sobre a intenção de desistência, imediatamente a devolução do bem ou cancelamento da recepção da prestação de serviços? Era no nosso ponto de vista, bem menos passível de suscitar ambiguidades de interpretação que fosse disposto o prazo, estipulado em dias, para que uma vez exercido o direito, observando os pressupostos legalmente previstos o consumidor se beneficia do direito de reembolso da quantia prestada para aquisição do bem ou fornecimento do serviço.

Na sequência da aprovação da Lei de Defesa do Consumidor em 2009, foi volvido aproximadamente sete anos finalmente aprovado e publicado o Regulamento da Lei de Defesa do Consumidor, aprovado pelo Decreto n.º 27/2016, de 18 de Junho.

Tratou-se de um instrumento com muita ansiedade aguardado, na medida em que se trata de um mecanismo necessário para a execução da Lei que estabelece e protege os direitos do consumidor, prevendo os pressupostos de prevenção dos danos, estabelecendo as informações obrigatórias a serem prestados ao consumidor, a obrigatoriedade de os produtos

conterem um rotulo ou etiqueta com informações em língua oficial portuguesa sobre os prováveis riscos associados ao seu consumo, bem como, o preço expresso em moeda nacional.

Apesar de trazer determinadas inovações no que a protecção do consumidor diz respeito, o Regulamento mostra-se obsoleto quando comparado as práticas comerciais da época e a evolução das transacções de consumo, trazendo uma protecção os direitos do consumidor, abordados ainda de forma extremamente tímida, quando comparada a legislações de outros ordenamentos jurídicos.

Ao observar com atenção, a preocupação do legislador, na extensão de quase todo o instrumento inclinou-se para a reparação de danos e a responsabilidade do fornecedor para as situações de defeito do bem (produto) ou serviço prestado, prestação de informação deficiente ou viciada que comprometa a adequada utilização do produto ou serviço, entre os arts.º 7 ao 24 do RLDC.

Essas disposições destacam a responsabilidade dos fornecedores de bens ou prestadores de serviços em garantir a informação adequada e a segurança dos consumidores. Aqui estão os pontos principais:

- Livro de reclamações: os fornecedores de bens ou prestadores de serviços devem disponibilizar um livro de reclamações para os consumidores. Isso permite que os consumidores registrem formalmente quaisquer reclamações ou problemas encontrados durante a aquisição ou uso de produtos ou serviços;
- Responsabilidade solidária: em caso de violação do dever de informação, os fornecedores de bens ou prestadores de serviços, bem como outros intervenientes, são responsáveis solidariamente pelos danos causados ao consumidor. Isso significa que todos os envolvidos podem ser responsabilizados pelos danos decorrentes da falta de informação adequada.
- Produtos ou serviços potencialmente nocivos ou perigosos: os fornecedores de produtos ou serviços que possam representar um risco para a saúde ou segurança devem informar claramente os consumidores sobre sua nocividade e perigosidade. Além disso, se os fornecedores

tiverem conhecimento posterior sobre o risco que esses produtos ou serviços representam para a saúde pública, devem comunicar imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, por meio de anúncios publicitários custeados por eles mesmos. Essa divulgação visa alertar os consumidores sobre os possíveis riscos associados aos produtos ou serviços adquiridos.

No que concerne a obrigatoriedade de prestação de garantias ao consumidor, a presente Lei prevê:

- i) uma garantia de bom funcionamento do bem adquirido por período não inferior a um ano, contados a partir da data da aquisição; e
- ii) uma garantia mínima de cinco anos para bens imoveis, contados a partir da data da sua aquisição, comprovado por contrato e/ou factura.

O decurso do prazo da garantia é suspenso durante o período em que o consumidor estiver privado do uso ou consumo do bem ou serviço.

Relativamente à reparação dos danos causados ao consumidor, esta ocorre de forma seguintes:

a) Responsabilidade pelo produto ou serviço

São responsáveis pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos do produto, o fabricante, o comerciante, o vendedor, o produtor, o construtor e o importador.

O produto é considerado defeituoso quando não apresenta os requisitos de qualidade e segurança, nomeadamente, a apresentação do prazo de validade, a falta de informação em português sobre as características do produto e o prazo de garantia.

O comerciante é, ainda, responsável pelo defeito do produto quando não os conservar adequadamente nos termos da legislação aplicável, e quando o bem ou serviço fornecido, não possuir identificação do fabricante, produtor, construtor ou importador.

A responsabilidade do produtor, construtor ou importador pode ser afastada caso se comprove, entre outras circunstâncias, que:

- i) não colocou o produto no mercado;
- ii) embora tenha colocado o produto no mercado, o defeito era inexistente; ou
- iii) a culpa pelo defeito é exclusivamente do consumidor ou de terceiro.

Quanto aos serviços, a reparação dos danos causados pela prestação de serviços defeituosa é da responsabilidade do fornecedor. Nos termos do Regulamento, o serviço é defeituoso quando não fornece segurança ao consumidor, considerando-se adicionalmente outras circunstâncias, como o modo e o período de fornecimento.

O fornecedor de serviços poderá estar isento da responsabilidade de reparação de danos, desde que prove que o defeito era inexistente no momento da prestação dos serviços, ou que a culpa pelo defeito é da exclusiva responsabilidade do consumidor ou do terceiro.

Assim, as infracções às normas de defesa do consumidor serão sujeitas a:

- i) multa;
- ii) apreensão do produto;
- iii) inutilização do produto;
- iv) proibição de fabricação do produto;
- v) suspensão de fornecimento de produtos ou serviços;
- vi) suspensão temporária da actividade que originou o levantamento do auto;
- vii) revogação do alvará ou licença para o exercício da actividade económica;
- viii) interdição, total ou parcial, do estabelecimento, da obra ou da actividade;
- ix) imposição de contrapropaganda.

Os direitos dos consumidores têm sido sistematicamente violados, ignorados e até então, sem a devida tutela necessária para assegurar a sua protecção. Pese embora a

aprovação dos instrumentos legais que o defendem, as instituições cuja tarefa é a de garantir a aplicação efectiva, tem de se esforçar no sentido de garantir a protecção e segurança do consumidor para que este possa adquirir produtos e serviços com a qualidade desejada e sem prejuízos.

b) Responsabilidade por vício do produto ou serviço

De acordo com a legislação de protecção ao consumidor, o fornecedor de produtos responde solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que tornem os produtos impróprios ou inadequados ao consumo, independentemente de serem duráveis ou não duráveis. Isso significa que o consumidor tem o direito de exigir a substituição das partes viciadas ou outras formas de reparação, garantindo assim a qualidade e a segurança dos produtos adquiridos. Caso o vício não seja sanado no prazo máximo de trinta dias, o consumidor pode optar por exigir, alternativamente:

- i) A substituição do produto por outro da mesma espécie e em perfeitas condições de uso. Não sendo possível a substituição do bem, pode haver a substituição por outro de espécie, marca ou modelos diversos, mediante compensação ou restituição da diferença do preço;
- ii) A restituição imediata da quantia paga, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- iii) Redução proporcional do preço.

As partes poderão convencionar a redução ou ampliação dos prazos de reparação do vício, desde que não inferior a sete dias ou superior a cento e oitenta dias.

c) Responsabilidade pelo fornecedor

Para além da responsabilidade individual pelos vícios de qualidade que tornem os serviços impróprios ao consumo ou que lhes diminuam o valor, o fornecedor é solidariamente responsável pelos actos dos seus representantes, bem como responde solidariamente com os demais intervenientes no processo de produção à distribuição, pelos vícios de quantidade e qualidade dos produtos.

Ainda que o fornecedor não tenha conhecimento dos vícios de qualidade e quantidade por inadequação dos produtos e serviços, é responsável pela reparação de danos ao consumidor.

É também, proibida, a exclusão da responsabilidade de indemnizar através de cláusulas contratuais que impossibilitem, exonerem ou atenuem tal obrigação.

O regulamento estabelece, ainda, algumas práticas comerciais que devem ser adoptadas, como a publicidade, o carácter de informação que é passado ao consumidor e a assistência pós-venda, proibindo o uso de publicidade enganosa e abusiva.

A nível de protecção contratual, está prevista no Regulamento, para além do direito à retractação, a nulidade de cláusulas abusivas, como a inversão do ónus de prova em prejuízo do consumidor, a renúncia do direito a indemnização, dentre outros.

Como inequivocamente permite-se concluir, com a aprovação do Regulamento, nota-se uma visão legislativa completamente dirigida em proteger os direitos e interesses do consumidor nos casos em que o bem adquirido, ou serviço prestado for defeituoso ou débil, e a informação prestada pelo fornecedor for insuficiente ou viciada.

Em apenas uma única disposição, se encontra disposta o direito de retractação, com redacção não muito diferente da trazida anteriormente na Lei de Defesa do Consumidor de 2009. O que não se torna claro, mesmo por virtude de toda construção legislativa patente, é se na norma do art.º 26 do Regulamento os direito poderá ser exercido independentemente do vício o defeito do contrato realizado, ou se trata-se de um direito a exercer mesmo quando o bem ou serviço se encontrem em conformidade de utilização, mas apenas o contrato tenha sido celebrado em condições de pressão, ou de pouca capacidade de reflexão por parte do consumidor. Por benefício da dúvida, pelo facto de o legislador ter falado muito pouco, forçamos a interpretação da segunda opção.

3.7.1. Quadro legislativo sobre a contratação à distância e fora do estabelecimento em Moçambique e na Região

3.7.1.1. A lei de transacções electrónicas

No ano seguinte do da aprovação do Regulamento da Lei de Defesa do Consumidor, um passo mais arrojado foi dado ao nível do quadro legislativo pátrio que culminou com a aprovação da Lei n.º 3/2017 de 9 de Janeiro, denominada “Lei de Transacções Electrónicas” com o intuito de finalmente regular as transacções electrónicas, o comércio electrónico, mas também o governo electrónico. Como facilmente se vislumbra, a orientação do legislador não se limitou exclusivamente em definir nuances que pudesse regular exclusivamente a matéria do comércio electrónico, a referida contratação comercial fora do estabelecimento, por meio de correspondência ou equivalente que já vinham previstas nas legislações anteriormente mencionadas (Lei de Defesa do Consumidor e o seu Regulamento), embora sem qualquer definição e regimento, mas também, tratou de trazer para regulação o Governo Electrónico, que não será objecto de tratamento por nossa parte.

Com a aprovação em Janeiro de 2017 da presente lei que estabelece o regime jurídico das transacções electrónicas, do comércio electrónico e do governo electrónico, é conferida previsão legal a protecção de dados pessoais em Moçambique, embora de uma forma sectorial. Esta lei, que visa garantir a segurança dos provedores e utilizadores das tecnologias de informação e comunicação, tem como objectivo estabelecer um ordenamento jurídico em que o comércio electrónico, as mensagens de dados, comunicações electrónicas e serviços do governo electrónico se processem com a necessária celeridade e segurança jurídica, aumentando a segurança do cidadão na utilização das transacções electrónicas como meio de comunicação, de prestação de serviços de consumo em massa e promover o investimento público e privado no sector das tecnologias de informação e comunicação.

Esta lei, conjugada com a garantia do direito à reserva sobre a intimidade da vida privada do artigo 80 do Código Civil, reforça o quadro jurídico legal em matéria de comércio e transacções electrónicas, bem como a protecção de direitos e garantias do consumidor, por conseguinte regular de forma autónoma, exaustiva e comum a todos os sectores a matéria referente a protecção dos direitos de consumo na contratação electrónica, dedicando apenas quatro dos setenta e cinco artigos e reproduzindo pouco desenvolvimento,

a previsão constitucional. A lei ficou claramente curta no que respeita à protecção dos direitos do consumidor e a regulação do comércio electrónico, ou a distância, o que permite-nos entender que não era esta a principal preocupação a quando da sua criação.

Por mais que a Lei tenha reservado um espaço específico (CAPÍTULO IV) para tratar do comércio electrónico, a própria definição do instituto foi remetida para o glossário, compreendendo-se como qualquer “actividade económica ao abrigo da qual uma pessoa oferece ou garante através de meios electrónicos a prestação de bens e/ou serviços”.

O n.º 1. do art.º 33 da LTE vem regular a formação e execução dos contratos, e impõe que as partes contraentes se devam alicerçar desde os preliminares até a sua conclusão segundo os ditames do sacrossanto princípio da boa fé, para não incorrer aos deveres de responsabilidade civil.

Este trecho destaca os prazos e consequências relacionados à execução do contrato por parte do vendedor do bem ou prestador do serviço:

i) Prazo de execução do contrato: O vendedor do bem ou prestador do serviço tem um prazo de 30 dias, contados a partir do dia seguinte ao qual o consumidor transmite a obrigação. Esse prazo pode ser alterado se as partes concordarem de outra forma.

ii) Consequências do não cumprimento: Se o vendedor ou prestador do serviço não cumprir o prazo estabelecido, o consumidor tem o direito de rescindir o contrato. Para isso, o consumidor deve enviar um aviso por escrito com pelo menos 7 dias de antecedência. Após a notificação ao fornecedor, o consumidor tem o direito de receber um reembolso do valor pago dentro de 30 dias.

iii) Situações de indisponibilidade do bem ou serviço: Da mesma forma, se o vendedor ou prestador do serviço não conseguir fornecer o bem ou serviço encomendado ou solicitado, aplica-se a mesma solução descrita acima. O consumidor tem o direito de rescindir o contrato e receber um reembolso dentro do prazo estipulado⁵⁸⁶.

⁵⁸⁶ Cfr. art.º 33, n.º 3 e 4 da LTE.

A protecção do consumidor, de forma explícita merece consagração no Capítulo VI, entre os arts.º 43 a 46 da LTE, remetendo a interpretação e a aplicação das referidas normas em consonância com a legislação geral de defesa do consumidor.

O dever de informar suficientemente em contratos firmados no comércio electrónico, nos termos da legislação ocorre apenas quando àqueles forem celebrados entre empresas comerciais e os consumidores, com o propósito de facilitar a identificação das partes⁵⁸⁷. Ora, pelo menos duas ilações se podem retirar: a primeira é de que o direito de o consumidor obter informação suficiente, clara e necessária para a celebração do negócio só lhe será garantido enquanto estiver a contratar com uma empresa comercial, o que não nos parece razoável, e feliz a posição do legislador; e a segunda, é a de que, apenas as empresas comerciais poderão celebrar com os consumidores contratação electrónica, o que destoa com a definição do comércio electrónico dada pela própria lei no glossário como “a actividade económica ao abrigo da qual uma pessoa oferece ou garante através de um meio electrónico a prestação de bens e/ou serviços”.

Logo, através do acima postulado, se pode com facilidade perceber que não apenas as empresas comerciais podem contratar electronicamente, assim como qualquer pessoa singular ou colectiva⁵⁸⁸, desde que esteja legalmente permitida para a realização da actividade comercial, representando-se ou não por intermédio de uma empresa⁵⁸⁹.

O que visa a lei garantir no processo de identificação das partes contraentes serão respectivamente⁵⁹⁰:

- i) a designação da firma sob a qual a actividade da empresa comercial é desenvolvida;
- ii) o principal endereço físico para o exercício da actividade, endereço da página de Internet, endereço do correio electrónico, número de telefone ou outra forma de contacto;

⁵⁸⁷ Cfr. art.º 44, n.º 1 da LTE.

⁵⁸⁸ Sobre as pessoas singulares e pessoas colectiva cfr. arts.º 66 e 158 do CC.

⁵⁸⁹ Para CORREIA, Miguel Pupo, Tomás, António José e Paulo, Octávio Castelo (colaboração), ***Direito Comercial: Direito da Empresa***, cit. p. 43 “o termo empresa, usa-se por vezes para significar a actividade comercial desempenhada pelo comerciante de maneira profissionalizada e organizada, com objectivo a realização de fins de produção ou troca de bens e serviços”.

⁵⁹⁰ Cfr. art.º 44, n.º 1, als. a) à f) da LTE.

- iii) se uma das partes contraente for uma entidade legal, o seu número de registo, os nomes dos seus representantes e o local de registo;
- iv) o endereço para efeitos de registo governamental relevante ou número de licenças;
- v) associação a quaisquer órgãos auto-reguladores de acreditação ao qual o negócio pertença ou subscreva e os detalhes do contacto do referido órgão;
- vi) qualquer código de conduta subscrito pela empresa comercial e a forma como o mesmo pode ser acedido electronicamente pelo consumidor.

Para além de informações relativas a identidade das partes contraentes, e que na nossa percepção referem-se a apenas elementos de identificação de uma das partes, o empresário comercial e muito pouco ou mesmo nada no que ao consumidor diz respeito, a lei confere ainda, no comércio electrónico, o dever de prestar informação suficiente, clara e facilmente acessível no que tange aos bens e serviços oferecidos, por forma a garantir que o consumidor possa com acuidade se decidir antes da execução do contrato (realização da transacção), bem como, permitir o seu devido registo⁵⁹¹.

Na contratação electrónica, ao fornecer incumbe também a obrigação de disponibilizar informações sobre os termos e condições para a sua celebração, bem como os custos adjacentes a operação, para que a contraparte não se surpreenda com qualquer outra despesa relacionada, como por exemplo as comissões debitadas para a transferência do valor e os custos para o envio do bem ou entrega do serviço⁵⁹².

Sempre que necessária, os contratos devem conter informações ainda referentes ao⁵⁹³:

- i) preço total dos bens ou serviços, custos de transporte, impostos, taxas e outros;
- ii) os termos, condições e métodos de pagamento;
- iii) quaisquer termos do contrato, garantias são aplicáveis a transacção e a forma como são acedidos, armazenados ou reproduzidos electronicamente pelos consumidores;

⁵⁹¹ Cfr. art.º 44, n.º 2 da LTE.

⁵⁹² Cfr. art.º 44, n.º 3 da LTE.

⁵⁹³ Cfr. art.º 44, n.º 4 al. a) à i) da LTE.

iv) o momento em que os bens em que os bens são enviados ou entregues, ou em que os serviços são prestados;

v) a forma e o período que os consumidores podem aceder e manter um registo completo da transacção;

vi) a política de devolução, troca, reembolso e reclamação;

vii) qualquer instrumento de resolução, de disputas alternativas no qual o empresário comercial é subscritor e a forma como a redacção da redacção do referido código pode ser acedida electronicamente pelo consumidor;

viii) os procedimentos de segurança e política de privacidade a respeito do pagamento e informação pessoal;

ix) a duração mínima do contrato para o fornecimento de bens ou prestação de serviços de execução periódica ou continuada.

Por fim, estabelece a lei, ainda no quesito da informação a mesma precisa ser capaz de permitir que o fornecedor conheça⁵⁹⁴:

i) a duração mínima do contrato para o fornecimento de bens ou prestação de serviços de execução periódica ou continuada;

ii) a oportunidade adequada para a revisão, correcção de eventuais erros e recusa na conclusão de transacção, antes de a celebrar;

iii) o texto completo e claro dos termos e condições relevantes relativas a transacção, de forma a permitir aos consumidores ter acesso a informação e manter um registo adequado da mesma;

iv) um aviso de recepção sem demora, conforme o especificado no artigo 31 da presente Lei.

Caso o fornecedor do bem, ou prestador de serviço incumpra com os deveres de informar postulados acima, ao consumidor é consignado o privilégio de interromper a contratação, desde que a realize num período de 14 dias úteis, contados desde a recepção dos bens ou dos serviços⁵⁹⁵.

Verificando-se tal facto, nascem deveres a cada uma das partes⁵⁹⁶:

⁵⁹⁴ Cfr. art.º 44, n.º 5 al. a) à a) da LTE.

⁵⁹⁵ Cfr. art.º 45, n.º 1 da LTE.

⁵⁹⁶ Cfr. art.º 45, n.º 1 al. a) e b) da LTE.

- i) o consumidor deve devolver o bem fornecido ou, quando se aplicar, terminar a utilização dos serviços prestados;
- ii) o empresário comercial deve reembolsar todos os pagamentos efectuados pelo consumidor, salvo o valor relativo ao custo directo da devolução dos bens.

Parece-nos que no artigo 45 da LTE, apesar de se encontrar epigrafiado “direito do consumidor à livre resolução”, o legislador continuou nos números finais a regular aspectos relacionados com o dever de informação adstrito ao empresário comercial, ao dispor no n.º 3 e no n.º 4 que este deve fornecer ao consumidor um mecanismo seguro de pagamento e informação acerca do nível de segurança que o referido mecanismo confere, sob pena de responder pelos eventuais danos que se verifiquem na esfera do consumidor, resultante da sua omissão.

É entendimento nosso, que as normas do n.º 3 e do n.º 4 do art.º 45 da LTE, encontram-se deslocadas por completo naquele artigo, não só porque a epígrafe dispõe sobre outra matéria, o direito à livre resolução que foi tão pouco explorado, mas também porque as matérias ligadas ao dever de informação e as consequências associadas à sua omissão, já teria sido tratada com alguma suficiência nos artigos anteriores.

Como mecanismo de suprir as omissões do artigo anterior, surge o artigo seguinte, com uma epígrafe logo a partida confusa quanto a matéria que pretenda de facto regular. Em primeiro lugar porque no art.º 46 da LTE encontra-se consagrados dois assuntos respectivamente, o período de arrefecimento e em seguida as restrições ao direito de livre cancelamento.

Não se colocam, pelo menos quanto a nós, problemas referentes a primeira matéria, mas, o mesmo não ocorre quanto a segunda. Neste aspecto o legislador consagra restrições a um direito que teria sido consagrado no artigo anterior, que poderia dispor sobre as excepções para o seu exercício, ou das ditas restrições, sem contar que o instituto passa a ter nomenclatura diferente, anteriormente consagrado como “direito à livre resolução”, agora tratado como “direito de livre cancelamento”.

Porém, àquele é dos problemas o menor quando comparado ao que se pode verificar quando percorrido o art.º 46 da LTE, que estabelece no seu n.º 1 que “o consumidor

tem o direito de cancelar a transacção electrónica ou qualquer contrato com ela relacionado, sem obrigação de fundamentar, devendo suportar apenas o custo de devolução dos bens, pelo fornecimento de:”⁵⁹⁷

- i) bens dentro de um período de 7 dias após a recepção dos bens;
- ii) serviços dentro de um período de 7 dias após a data da conclusão do acordo.

Se não vejamos, ao comparar os arts.º 45 e 46 da LTE, dois prazos para a desvinculação unilateral por parte do consumidor se podem encontrar, o de 14 e o de 7 dias respectivamente, o que é gerador de ambiguidades de interpretação. Parece-nos que o legislador que para o primeiro caso, o do prazo maior, irá ocorrer quando se verifique alguma culpa ou omissão do dever de informação incumbido ao fornecedor do bem ou prestador do serviço. Portanto, o direito à livre resolução, não será tao livre quanto parece, ele só poderá ser exercido pelo consumidor se o contrato desobedecer alguma das imposições de forma e conteúdo legalmente previstas, por factos que são imputados geralmente ao fornecedor do bem ou prestador de serviços, uma vez que apenas ao consumidor é conferida a prerrogativa.

Solução que não se considera justa, é a dada pela al. a) do n.º 2 do art.º 45 da LTE, que consagra o dever de o empresário efectuar o reembolso do pagamento efectuado pelo consumidor, com excepção dos custos relacionados a devolução do bem. Ora, se os deveres de prestar informação bastante sobre o bem ou serviço são incumbidos ao fornecedor, pois é a parte que detém tais informações, não deveria o consumidor ter que participar nas despesas resultantes de faltas que não lhe dizem respeito. Portanto, seria, em nossa opinião, que mesmo as despesas relacionadas a devolução do bem, fossem imputadas ao fornecedor e não ao consumidor.

No art.º 46 da LTE, é que se hão-de verificar a desvinculação unilateral imotivada propriamente dita, tratada como direito de livre cancelamento que ocorrerá no prazo de 7 dias. Para estes casos, o seu exercício pelo consumidor não dependerá de qualquer omissão do dever de informar por parte do fornecedor do bem ou do prestador do serviço, não carece da preterição de qualquer formalidade contratual, da inexistência de qualquer informação referente aos termos e condições, bastando apenas que o acordo tenha sido celebrado com

⁵⁹⁷ Cfr. art.º 46, n.º 1, als. a) e b) da LTE.

recurso a um meio electrónico, para que o consumidor mereça de um direito de tempo para reflexão sobre o contrato realizado, para análise do bem recebido ou serviço a ser prestado, ou seja para se decidir efectivamente sobre a vontade de finalizar o acordo, uma vez que não beneficiou de um contacto presencial ou físico com o objecto que o permita com maior propriedade formar as suas convicções.

Exercido o direito, o consumidor tem direito a devolução do pagamento que tiver prestado por antecipação dentro de um período de 30 dias contados da data da manifestação de vontade em cancelar o contrato⁵⁹⁸.

Portanto, o que o legislador não dispôs foi quanto as despesas relacionadas com a devolução do bem. Nestes casos, diferentemente da desvinculação unilateral motivada, faz algum sentido que as despesas de devolução sejam custeadas pelo consumidor ou pelo menos por ambos, uma vez que a finalização do acordo não ocorre necessariamente pela inconformidade, deficiência e irregularidades do bem ou do serviço, e sim da alteração da necessidade de o consumidor na manutenção do contrato, que pode até ser imotivada, apenas repensou e optou em não mais contratar.

No aspecto das excepções, o direito de livre cancelamento não se irá aplicar as situações de transacções electrónicas:⁵⁹⁹

- i) para serviços financeiros, incluindo, de forma não limitativa, serviços de investimento, operações de seguro e resseguros, serviços e operações bancárias relacionadas com transacções em seguros;
- ii) para serviços que tenham tido início como o consentimento do consumidor antes do fim do período de 7 dias referidos no artigo presente;
- iii) quando o preço para o fornecimento de bens ou serviços for dependente da flutuação no mercado financeiro que não possa ser controlado pelo empresário comercial;
- iv) para o fornecimento de bens confeccionados de acordo com as especificações do consumidor ou manifestamente personalizados ou que, pela sua natureza, não possam ser devolvidos ou sejam susceptíveis de se deteriorarem ou perecerem rapidamente.

⁵⁹⁸ Cfr. art.º 46, n.º 2 da LTE.

⁵⁹⁹ Cfr. art.º 46, als. a) à d) da LTE.

Percebe-se desde logo que se está diante de uma lista meramente exemplificativa, uma vez que não se encontram enumeradas taxativa e claramente todas as restrições colocadas para a impossibilidade de o consumidor cancelar livremente o contrato. O legislador, inclinou maioritariamente restrições de arrependimento nos contratos de serviços financeiros e para o fornecimento de bens produzidos sob encomenda, com certa personificação ao gosto e pedido do consumidor e para artigos insusceptíveis de devolução em função da sua rápida deterioração ou perda do valor, sem especificar exactamente quais.

Assim sendo, caberá as partes convencionarem os termos claramente no contrato, o que nem sempre é possível, não apenas por descuido das partes, mas, também, pela forma rápida em que os negócios desta natureza são celebrados e na ausência, de estipulação, remeter-se-á ao aplicador da norma a um exercício complexo de interpretação.

Contrariamente a outras leis, a Lei n.º 3/1017, de 9 de Janeiro, não distingue a responsabilidade dos prestadores intermediários de serviços, nomeadamente para meras actividades de transporte, armazenamento e acolhimento. Estas entidades são responsáveis por (art.º 16 da LTE)⁶⁰⁰:

- i) manter a integridade das informações recebidas;
- ii) evitar a utilização ou transmissão de dados e informações de terceiros enviados ou destinados a utilizadores;
- iii) evitar a remarcação ou desactivação de acesso as informações armazenadas no equipamento;
- iv) compensando os utilizadores pelos danos causados pelo incumprimento da obrigação de manter dados e informações de utilizadores confidenciais.

A presente lei estabelece igualmente a obrigação geral de os prestadores intermediários de serviços cooperarem com as autoridades públicas e com os utilizadores que tenham sofrido roubo, perda ou desaparecimento através de meios electrónicos (art.º 18 da LTE). Paralelamente, esta lei menciona a obrigação de os prestadores intermediários de

⁶⁰⁰ ALMEIDA, Viera de, *Comércio Electrónico na CPLP, Avaliação Preliminar Acerca do Nível de Implementação de Legislação de Comércio Electrónico em Países da CPLP*, arctel_CPLP, 2019, p. 65

serviços interagirem e identificarem os seus utilizadores, mas adia a regulamentação da questão para legislação futura, que não foi promulgada. Como tal, é difícil compreender como é que esta obrigação poderia ser cumprida (art.º 19 da LTE)⁶⁰¹.

3.7.1.2.Regulamento do Sistema de Certificação Digital de Moçambique

Pela necessidade de criar e regulamentar o Sistema de Certificação Digital de Moçambique (SCDM) visando a garantir, autenticidade, integridade e validade jurídica dos documentos em formato electrónico, ao abrigo dos arts.º 54 e 55 da LTE, o Conselho de Ministros aprovou em 2019, o Decreto n.º 59/2019, de 3 de Julho, cujo objecto traduz-se essencialmente na garantia de um ambiente electrónico seguro de transacções electrónicas no país⁶⁰².

O referido sistema institui através da sua composição a confiança electrónica a partir de serviços que garantam⁶⁰³:

- i) A realização de transacções electrónicas seguras;
- ii) A autenticação segura e;
- iii) A autenticidade, integridade, confidencialidade, validade jurídica e não repúdio das assinaturas electrónicas de transacções ou informações em documentos electrónicos.

Contudo, apesar de resultar plasmado no presente instrumento a garantia de um instrumento seguro de transacções electrónicas no país, quase que nenhuma norma que proteja o consumidor perante possíveis lesões aos seus direitos que ocorram em transacções electrónicas de índole comercial podem ser encontradas.

⁶⁰¹ ALMEIDA, Viera de, *Comércio Electrónico na CPLP, Avaliação Preliminar Acerca do Nível de Implementação de Legislação de Comercio Electrónico em Países da CPLP*, cit. p. 65.

⁶⁰² Cfr. art.º 2 do SCDM.

⁶⁰³ Cfr. art. 4, n.º 1 do SCDM.

3.7.1.3. Convenção da União Africana sobre Cibersegurança e Protecção de Dados Pessoais (CUACPDP)

O instrumento presente foi adoptado pela vigésima terceira sessão ordinária da Cimeira, realizada na Guiné Equatorial aos 27 de Junho de 2014, e constitui um dispositivo da região africana que Moçambique ratificou através da Resolução n.º 5/2019, de 20 de Junho é insofismável que a Lei de Transacções Electrónicas, consubstancia-se no “centro normativo nevrálgico” regulador do comércio electrónico que, nos termos do respectivo glossário, é definido como sendo “a actividade económica ao abrigo da qual uma pessoa oferece ou garante através de um meio electrónico a prestação de bens e/ou serviços” sendo que o meio electrónico, sob a égide do súbdito glossário, é “todo o meio tecnológico usado para a obtenção de dados no formato analógico ou digital, seu processamento, armazenamento, transmissão bem como a sua apresentação”.

Merece realce que, paralelamente a definição que nos é trazida pelo glossário indexado à Lei das Transacções Electrónicas, a Convenção da União Africana sobre Cibersegurança e Protecção de Dados Pessoais, que também possui um capítulo específico que versa sobre a mesma matéria, traz uma definição corporizada por um conteúdo diferente, sem no entanto, se opor àquela, definindo o comércio electrónico como sendo o “acto de oferta, compra ou fornecimento de bens e serviços através de sistema de computadores e redes de telecomunicações tais como a internet ou qualquer outra rede através de meios electrónicos, dispositivos ópticos ou similares para a troca de informação à distancia”.

Tendo, as normas corporizadas na Convenção da União Africana sobre Cibersegurança e Protecção de Dados Pessoais, sido recebidas no ordenamento jurídico moçambicano tal e qual foram adoptadas naquela Convenção e, sendo certo que a partir da respectiva ratificação, tais normas assumem uma natureza infraconstitucional, em igualdade de circunstância com as demais leis aprovadas no solo pátrio, isto em consonância com a forma da respectiva recepção pela Assembleia da República⁶⁰⁴ – coexistem, neste caso duas normas de valor idêntico, versando sobre a mesma matéria.

⁶⁰⁴ Cfr. art.º 18, n.º 2 da CRM.

Coloca-se no entanto, a questão relativa a aplicação da lei no tempo. Poder-se-ia questionar, se o capítulo referente as transacções electrónicas que insere a disciplina do comércio electrónico prevista na Convenção da União Africana sobre Cibersegurança e Protecção de Dados Pessoais, revoga o relativo ao comércio electrónico na Lei de Transacções Electrónicas?

A resposta, neste particular caso de aparente confronto que, em bom rigor não chega a ser, é evidentemente negativa, pois ao se compulsar microscopicamente os dois capítulos, infere-se sem dificuldades acrescidas, que a “nova lei” não versa de forma contrária a “velha lei”, mas sim recurso a enunciações sistemática-linguísticas diferentes, traz, na essência, um conteúdo similar, não prevalecendo, por isso, a regra de que a lei nova derroga a lei antiga.

3.7.1.4. Lei Modelo Harmonização das Políticas das Tecnologias de Informação e Comunicação na Africa Subsariana

O projecto de Harmonização das Políticas das Tecnologias de Informação e Comunicação na Africa Subsariana (HIPSSA) foi adoptado em 2008, durante a 2ª Conferência dos Ministros Africanos responsáveis pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (CITMC-2)⁶⁰⁵.

O projecto foi um esforço conjunto da União Internacional de Telecomunicações (UIT), da União Africana e várias Comunidades e Associações Económicas de Reguladores, com o apoio financeiro da União Europeia (EU). Apesar de a Lei Modelo publicada se ter focado nos Estados Membros da Comunidade para o Desenvolvimento da Africa Austral (SADC), entre os quais Moçambique e Angola da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP), tem sido a base para o apoio técnico oferecido a outros países, incluindo membros da CPLP como a Guiné-Bissau, A Guiné Equatorial, Cabo Verde e São Tome e Príncipe⁶⁰⁶.

⁶⁰⁵ ALMEIDA, Vieira de, FERNANDES, Inês (Trad.), *Comércio Electrónico na CPLP – Avaliação Preliminar acerca da Implementação de Legislação de Comercio Electrónico em Países da CPLP*, ARCTEL_CPLP, 2019, p. 30

⁶⁰⁶ <https://www.itu.int/en/ITU-D/Projects/ITU-EC-ACP/HIPSSA/Pages/default.aspx>. Acesso em 10.03.2024.

Um dos objectivos do projecto HIPSSA era o de fortalecer e harmonizar o quadro jurídico para as transacções e comércio electrónico. A base do HIPSSA são as Leis Modelo da UNCITRAL, actualizadas com as provisões substantivas da Convenção das Nações Unidas sobre o Uso de Comunicações Electrónicas em Contratos Internacionais, expandidas para cobrir questões relacionadas com a defesa do consumidor e a responsabilidade de prestadores de serviços. Adicionalmente, para garantir a relevância da lei, as provisões sugeridas são tecnologicamente neutras, ademais, foca-se em conceitos de áreas fundamentais de transacções e comunicações electrónicas⁶⁰⁷.

De uma perspectiva de comércio electrónico, implica provisões acerca da atribuição de comunicações electrónicas, assinaturas electrónicas e acerca da elegibilidade de provas electrónicas.

A Lei Modelo HIPSSA SADC consagra como proposta três temáticas: a contratação electrónica, os documentos electrónicos e as assinaturas electrónicas.

Para as contratações electrónicas, o que se refere ao âmbito de aplicação, o modelo consagra que contratos concluídos electronicamente e os contratos resultantes de um sistema automático de mensagens, com ou sem interacção humana são validos e aplicáveis. As propostas para celebrar contratos são consideradas como convite para contratar, salvo disposição em contrário.

- Em caso de falha ou erro no conteúdo da mensagem enviada automaticamente insusceptível de correcção tempestiva, a comunicação electrónica só pode ser retirada se:
- Após a notificação ou constatação do erro, houver manifestação expressa de vontade para o cancelamento ou correcção;
- Forem tomadas acções suficientes para a devolução ou restituição dos bens;
- Não existir como resultado, proveito ou benefício material e;
- Em caso de pagamento, o reembolso total do valor recebido até 30 dias a contar do cancelamento.

⁶⁰⁷ ALMEIDA, Vieira de, FERNANDES, Inês (Trad.), *Comércio Electrónico na CPLP – Avaliação Preliminar acerca da Implementação de Legislação de Comercio Electrónico em Países da CPLP*, cit. p. 31

Constituem obrigações dos fornecedores *online* as de providenciar ao consumidor informação suficiente acerca dos bens e sobre os meios de pagamento, bem como garantir que este tenha a oportunidade de rever as transacções electrónicas e corrigir os erros, ou até mesmo desistir da transacção dentro de 30 dias após a recepção da encomenda, salvo disposição em contrário.

Prevê ainda que consumidor tem direito de cancelar a transacção dentro de 30 dias após receber os bens tendo como efeitos:

- Proceder com a devolução dos bens ou interromper a utilização dos serviços pelo consumidor;
- Reembolso dos pagamentos recebidos com excepção dos custos associados a devolução, pelo fornecedor.

Prevê-se que nos casos em que for comprovada a falha na actuação do fornecedor, o consumidor poderá cancelar o contrato mediante pré-aviso emitido por escrito, dentro de 7 dias. Incumbe-se ao fornecedor o dever de comunicar ao consumidor sempre que não se torne possível realizar a entrega devido à indisponibilidade dos bens.

Respectivamente aos documentos electrónicos, será válida, qualquer meio de comunicação electrónica utilizada ou com intenção de ser utilizada, produzindo os respectivos efeitos jurídicos, com excepção de comunicações electrónicas que não preencham requisitos previstos em leis sobre transacções de propriedade de imóveis, testamentos, taxas de câmbios ou outras previstas em legislações internas dos Estados signatários.

As assinaturas electrónicas são válidas desde que o método de autenticação de identidade e vontade sejam apropriadas e fiáveis, se tratem de assinaturas seguras e criem presunção inilidível sobre a validade da assinatura, presume-se que se trate de assinatura aplicada pelo seu titular e os serviços e produtos acreditados sejam reconhecidos com base em normas técnicas de padrão internacional.

Contudo, os requisitos de assinaturas electrónicas não se consideram cumpridas em transacções relacionadas com a propriedade de imóveis, testamentos, taxas de câmbios ou outras previstas em legislações internas dos Estados membros.

3.7.1.5. União Postal Universal – ECOM@AFRICA

Apesar de não se tratar de uma iniciativa de regulamentação, a União Postal Universal (UPU), numa perspectiva instrumental, também tem sublinhado a importância do reforço do comércio electrónico no continente africano⁶⁰⁸.

Até à data da celebração da cimeira, países como a Tunísia, a Costa do Marfim e a Etiópia concordaram em estabelecer centros de abastecimento que serviriam também os países próximos. Eventualmente, serão desenvolvidos mercados virtuais entre si⁶⁰⁹.

A ECOM@Africa é indicador da importância dada pelas organizações internacionais ao comércio electrónico, assim como do seu potencial no continente. Ademais, está incluída no programa uma avaliação de prontidão operacional dos países envolvidos no comércio electrónico⁶¹⁰.

3.7.1.6. Iniciativas Regionais

A União Africana adopta estratégias em vários sectores com vista ao alcance dos objectivos da integração do continente no âmbito da ordem económica global, bem como para a harmonização de políticas e estratégias.

Com relevância, destacou-se em 2022 a Convenção da União Africana para a Cibersegurança e Protecção de Dados Pessoais, sendo adoptada, finalmente em 2014. O objectivo da Convenção foi o de estabelecer um quadro legislativo da cibersegurança no continente africano através da harmonização de questões ligadas ao comércio electrónico, à protecção de dados pessoais, cibercrime e Governo electrónico⁶¹¹.

⁶⁰⁸ ALMEIDA, Vieira de, FERNANDES, Inês (Trad.), *Comércio Electrónico na CPLP – Avaliação Preliminar acerca da Implementação de Legislação de Comércio Electrónico em Países da CPLP*, cit. p. 34.

⁶⁰⁹ Ecom@Africa makes new strides, disponível em http://news.upu.int/no_cache/nd/ecomafrica-makes-new-strides/. Acesso em 10.03.2024.

⁶¹⁰ eTrade for all - UPU: Operational Readiness for Ecommerce (ORE), disponível em <https://etradeforall.org/development-solution/upu-operational-readiness-for-ecommerce-ore/>. Acesso em 10.03.2024.

⁶¹¹ ALMEIDA, Vieira de, FERNANDES, Inês (Trad.), *Comércio Electrónico na CPLP – Avaliação Preliminar acerca da Implementação de Legislação de Comércio Electrónico em Países da CPLP*, cit. p. 36.

No que diz respeito aos países da CPLP, a convenção foi assinada pela Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe. Moçambique ratificou a Convenção a 20 de Junho de 2019^{612/613} e Angola a 9 de Julho de 2019⁶¹⁴.

A nível de conteúdo, a Convenção sobre diferentes temas, e as provisões relacionadas com o comércio electrónico são recomendações bastante gerais. Estas reflectem de alguma forma os princípios electrónicos da Lei Modelo da Comissão das Nações Unidas para o Direito Comercial Internacional (UNCITRAL) quanto à equivalência funcional de documentos electrónicos, apesar de serem bastante fragmentadas⁶¹⁵.

3.8. Análise e interpretação dos dados obtidos no estudo do campo

3.8.1. A consagração fáctica do direito de arrependimento nos contratos à distância e fora do estabelecimento

Por forma a sustentar a nossa tese, que vai no sentido de que pela ausência de um instrumento legislativo que oriente cabalmente a celebração dos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento, torna-se morta e de nenhum efeito a consagração do direito de arrependimento conferido ao consumidor na Lei de Defesa de Consumidor e em outros instrumentos que frequentemente fizemos referência nos pontos anteriores, optou-se por visitar pelos menos 10 páginas formais ou credenciadas de venda de produtos ou de prestação de serviços electronicamente, nomeadamente: Mais Venda Moçambique, *Buy.co.mz*, *Dumbanengue*, *Bazara.co.mz*, *Recheio.co.mz*, *Shopping.co.mz*, *Krolyc*, *Yezo Moz*, *Mozcarro*, *Leilosoc* e outras 5 páginas informais, que operam em outras plataformas ou redes sociais através da criação de grupos específicos para o efeito, respectivamente no *facebook*: Maputo boladas, Soluções *online*, Mercado Negro-Estrela Vermelha e no *whatsapp*: grandes negócios, e *carbusiness*.

⁶¹² Cfr. Resolução n.º 5/2019, de 20 de Junho de 2019.

⁶¹³ *Vide supra* 4.1.3.

⁶¹⁴ ALMEIDA, Vieira de, FERNANDES, Inês (Trad.), *Comércio Electrónico na CPLP – Avaliação Preliminar acerca da Implementação de Legislação de Comércio Electrónico em Países da CPLP*, cit. p. 36.

⁶¹⁵ ALMEIDA, Vieira de, FERNANDES, Inês (Trad.), *Comércio Electrónico na CPLP – Avaliação Preliminar acerca da Implementação de Legislação de Comércio Electrónico em Países da CPLP*, cit. p. 36.

Da nossa pesquisa documental em todas as páginas que se dedicam a ofertas pela modalidade virtual não foi possível encontrar em nenhuma delas um mecanismo que permita ao consumidor a possibilidade de proceder com a devolução do bem, ou o cancelamento da prestação do serviço dentro do prazo que a lei o confere para o exercício do direito. Não estão previstas sequer os mecanismos de assistência pós-venda ao consumidor e a chance de troca do produto nos casos em que as especificações, dimensões ou outras qualificações sejam de desgosto ou inconveniência para o consumidor.

As informações sobre os deveres pré-contratuais são na maioria das vezes omissas, e em muitas das vezes falta desde a fotografia do produto, as especificações exaustivas e até mesmo a indicação do preço, remetendo a busca de informação adicional a um eventual contacto a ser realizado pelo consumidor em privado, através de um número de telefone fornecido pelo comerciante profissional ou de ocasião.

Em muitos dos casos, sobretudo nos grupos de venda *online* criados em redes sociais como o *instagram*, *faceboock*, *whatsapp* ou outros, os proponentes (na maioria das vezes o vendedor ou prestador de serviços) fazem-no ocasionalmente, tendo interesse em realizar um negócio de forma esporádica pelo facto de pretender se desapegar de determinado artigo, não se tratando de uma actividade que ocorra de forma recorrente, o que dificulta ainda mais o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

A assistência pós-venda considera-se mais utópica ainda, o que torna os deveres pós-contratuais irrealizáveis. Dentre as 15 páginas visitadas, não se mostram claros de que forma os serviços de entrega do bem são processados, à quem incumbe suportar as despesas, dentro de qual prazo deverá ser entregue o bem ou prestado o serviço e muito menos se encontra à disposição do consumidor um formulário apropriado capaz de ser utilizado em caso de qualquer reclamação ou necessidade de desistência do contrato celebrado.

Quando consultados os consumidores 15 consumidores que recorrente ou ocasionalmente já tiveram nalguma situação assumido um compromisso virtualmente, à partir do recurso aos meios electrónicos ou de outro mecanismo de comunicação à distância e que se tenham decepcionado ou perdido interesse pelo serviço a ser prestado ou pelo produto recebido, 13 deles responderam positivamente, acrescentado que embora tal necessidade tenha ocorrido, as páginas ou plataformas usadas para a aquisição não oferecem nenhum meio para o accionamento da livre resolução e que na maioria, senão em todos os casos, depende da

compreensão do fornecedor, em abrir o espaço para uma outra renegociação por forma a se encontrar um solução equilibrada e, muitas das quais, causando prejuízos ao consumidor que se vê no dever de suportar despesas referente a devolução do bem se não quiser desistir do exercício do seu direito de desistência.

Aos fornecedores de bens ou prestadores de serviços, foram entrevistados 10 de acordo com a sua acessibilidade. Ambos foram unânimes em afirmar que já até ouviram falar superficialmente da possibilidade de livre desvinculação conferida pela legislação ao consumidor, mas que não tem implementado por diversas razões a mencionar: por um lado, apesar de existirem as vendas *online*, e a cada dia com tendências mais crescentes, elas não fluem com a mesma flexibilidade que a das vendas tradicionais pelo facto de o número de consumidores que a elas aderem ser ainda reduzido.

Por outro lado, tem o entendimento de que a operacionalização de uma página de comercio virtual é dispendiosa e necessita de um técnico de serviços de informática responsável por realizar a actualização frequente do *software* e da porioria plataforma virtual. Ademais, que o consumidor, em muitos casos não assume suportar as despesas referentes ao envio e a devolução, razão pela qual esses serviços são terceirizados e em caso de cancelamento novos custos recrudescem causando a si prejuízo, a ter que suporta-los exclusivamente. E, por fim, o crescente número de supostos consumidores desonestes mina a fluidez do comércio celebrado à distância, pois, se por um lado recorrentemente engendram acções tendentes a “burlar” o comerciante, não lhes seria difícil usar de forma abusiva o direito de arrependimento ainda que com o intuito de causar prejuízos a contraparte.

O pesquisador, teve ainda o privilégio de abordar 8 Administradores de páginas ou grupos vocacionados a comercialização *online*. O posicionamento ambos, vai no sentido de que a eles apenas coube a iniciativa de criar uma plataforma que vise facilitar a qualquer sujeito que tenha interesse em comprar ou vender algum produto ou serviço, pudesse fazer em um alto nível de burocracia e formalismo, através meios mais flexíveis e que conectam mais interveniente e com maior rapidez. Quanto a consagração do direito de arrependimento e devolução dos bens, não se trata de uma questão que esteja sobre o seu domínio, visto que os contratos são negociados entre as partes de uma forma particular, cabendo-lhes apenas adicionar ou remover membros de acordo com a solicitação individual, excusando-se em intervir em qualquer resolução de disputas.

Em relação aos contactos que são mantidos pelo profissional tendentes a celebração de um contrato de consumo, através da emissão de uma proposta negocial, dos 25 consumidores entrevistados, 10 deles responderam que já foram confrontados com a situação, porém, apenas para o oferecimento de serviços financeiros (contratos de crédito ao consumo) que foram os mesmos com os quais trabalhou-se para obter dados nos casos em que a oferta da mesma contratação ocorre fora do estabelecimento, maioritariamente em local de trabalho ou na via pública, materializando desta feita a nossa pesquisa de campo fazendo jus aos procedimentos elencados no aspecto metodológico.

Referem-se ambos consumidores, que o contrato de financiamento pode ocorrer sem que tenham de se deslocar em qualquer instante para uma agência bancária. O Gestor de Clientes do banco, normalmente os abordam já com os formulários necessários para o efeito previamente preenchidos, e, o consumidor apenas fornece os documentos de identificação, declaração de rendimentos, o comprovativo de inscrição no sistema fiscal, dentre outros que podem ser enviados por correio electrónico ou outros meios para que o contrato se considere celebrado e o desembolso seja realizado.

Dos 10 consumidores de serviços financeiros, que tenham alguma vez celebrados os contratos nas referidas modalidades, 5 deles responderam que já sim se arrependeram de ter negociado sobre um ambiente de elevada pressão e por esta razão tenham posteriormente sentido a intenção de desistir do acordo. Contudo, quando contactado ao banco, a única informação fornecida vai no sentido de que não mais querendo a manutenção do contrato a única opção para o efeito a si disponível, seria o do pagamento do capital acrescidos dos juros de 2%, no entanto, não sendo possível recuperar as despesas relacionadas com a celebração do contrato, por exemplo o seguro que lhe é imposto uma vez que ele é cobrado por uma terceira instituição vocacionada para o efeito.

Mais difícil ainda se torna o exercício do direito de arrependimento nos contratos de consumo decorrentes da actividade ambulante, aquelas nas quais o comerciante realiza a seu trabalho nas artérias da cidade e interpela o consumidor com as mais diversas técnicas de publicidade completamente agressivas.

Neste domínio, dos 25 consumidores com que se manteve contacto, nenhum deles deixou de afirmar que o comércio ambulante precisa urgentemente de ser regulado. Neste tipo de actividade, não existindo um cadastro funcional dos comerciantes inscritos e perante a

inexistência de obrigação que o mesmo seja realizado em local fixo, dentro de certa circunscrição geográfica delimitada não se poderá de forma alguma materializar o aludido direito de arrependimento. Os comerciantes são desconhecidos, a legislação é por eles desconhecida, muitos dos produtos comercializados são já usados (calçados, electrodomésticos, vestuários e outros artigos de calamidade) impossibilitando aferir o nível de desgaste, o que impossibilita totalmente qualquer possibilidade de retractação.

A opinião de quem fornece produtos e serviços na actividade do comércio ambulante, encontram-se os vendedores de artigos diversos, desde os alimentícios, os vestuários, os acessórios de telemóveis ou viaturas, etc., e os consertadores de viaturas, dentre a parte mecânica e a estética, os pintores, canalizadores e realizadores dos mais diversos ofícios, pesou sobremaneira para retirar as nossas ilações. Tivemos para o nosso estudo a oportunidade de entrevistar 10 operadores de actividades de tal natureza, 9 dos quais responderam negativamente sobre a possibilidade de o consumidor poder após a finalização de um contrato se desfazer do mesmo. Apenas 1 deles mencionou que permite a possibilidade de troca de um produto pelo outro, porém em caso de um serviço já em curso, não existe qualquer possibilidade de suspensão.

Igual situação se assiste quanto aos contratos celebrados no domicílio ou no local de trabalho e em feiras ou excursões. Os primeiros dois são os que ocorrem com a maior frequência no ordenamento jurídico moçambicano. Do diálogo com os 25 consumidores, sendo 19 respondido que já foram confrontados com ofertas de serviços em local de trabalho ou em suas casas e 6 que já tenham contratado em feiras de exposição de produtos e serviços, todos eles consideram que as formas de publicidade recorridas pelos comerciantes os deixaram numa situação embaraçosa de ter que celebrar o contrato ou para agradar, ou porque não teriam tido tempo suficiente para realizar uma profunda reflexão e que em momento seguinte tiveram a vontade de desistir.

Acrescentam ainda, que a possibilidade de ter que realizar o pagamento em prestações que iniciam normalmente apenas no final do mês, embora que desconheçam o teor da lei, é o facto que torna essas formas de interpelação pelo fornecedor mais apetecível ainda e com pouca margem para recusas, e sobre os meios diante dos quais se poderão recorrer em caso de arrependimento sequer tem se abordado, uma vez que são contratos verbais cujos termos são em poucas vezes senão nunca discutidos entre os sujeitos.

Nestes casos, e em caso de vontade de desistir ou dissipar qualquer equívoco resultante do acordo pré-estabelecido, a solução passa por as partes apresentarem a questão um ao outro e procurar alternativas por forma consensual desde que a decisão adoptada não coloque em causa o interesse de qualquer um dos negociadores, e nunca com o recurso a uma solução legal. A desistência do negócio segundo todos os 25 consumidores contactados não se torna nem por hipótese a primeira alternativa, ainda que se mostrem arrependidos, visto que na maior parte dos casos sentem-se completamente comprometidos ao ponto de que demonstrando tal atitude defraudariam as expectativas da contraparte e se colocariam em sua situação de falta de compromisso assumido, ainda que considere ter contratado perante um clima anormal de pressão que não o tenham permitido fazer a mínima reflexão em torno da viabilidade.

3.8.2. Nota de campo (extracto de entrevista)

No ano de 2021, através da Resolução n.º 1/TS/GP/2021 de 2 de Dezembro foi aprovado o Regulamento dos Serviços de Mediação Judicial a serem articulados pelos Tribunais Judiciais de Província, cujo objecto traduz-se da mediação de conflitos entre as partes de natureza não criminal e que não abarquem direitos indisponíveis.

Para o efeito, a pesquisa considerou que na ausência da representação ao nível das Províncias das instituições responsáveis por dirimir conflitos de consumo, ou apenas vocacionadas na tutela dos direitos e interesses do consumidor, os serviços de mediação desempenhariam um papel fundamental na resolução dos problemas que nos predispuemos a pesquisar.

A única entrevista cujo extracto optamos por expor, foi realizada ao Coordenador dos Serviços de Mediação Judicial integrado no Tribunal Judicial da Província de Manica, o Juiz de Direito, Dr. Josué Moiane. A entrevista foi realizada no dia 6 de Março de 2024 no seu gabinete de trabalho com duração de aproximadamente 1 hora de tempo, tendo sido transcrita *ipsis verbis* e apresentada entrevistado para garantir a sua fidelidade.

Definiu-se quanto ao método de trabalho a entrevista semi-estruturada, com perguntas abertas apresentadas de forma livre e com significativas passagens ligadas ao

peopesso de resolução dos conflitos de consumo nos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento.

“apesar de o regulamento dos serviços de mediação judicial terem sido estabelecidos em 2021, o seu funcionamento em articulação com o Tribunal de Província em Manica, teve início em 2022 e ainda assim, não se trata de uma matéria suficientemente conhecida pelos profissionais do direito e muito menos ainda pelos utentes. O propósito dos serviços reserva-se em aproximar as partes e não em tomar a decisão que lhes seja vinculativa. Confessa que enquanto coordenador, não teve ainda a oportunidade de ter de resolver uma questão de consumo em que estivesse em causa a possibilidade ou impossibilidade de desistência de um acordo que tenha sido efectuado por recurso aos meios de comunicação à distância, que considera muito comum nos dias que correm, sobretudo fruto da fase da pandemia que se atravessou. São igualmente comuns, contratos de consumo realizados através de contratos rápidos, nas ruas, nas casas dos consumidores, nos seus serviços, e que se uma vez lhes fosse colocado na situação de ter que aconselhar as partes, decerto seria com o recurso as leis gerais, ao código civil e ao apelo a boa-fé das partes. O direito de arrependimento, ou de retratação como o nosso legislador coloca, é sim um grande avanço em sede das prerrogativas do consumidor, porém sem ainda condições objectivas para sua concreta realização (...)”.

Na mesma senda, tanto o Chefe da Secretarias, quanto aos dois técnicos entrevistados, especializados nos serviços de mediação judicial, afirmaram convictamente que as relações de consumo, apesar de gerarem entre as partes enormes desentendimentos, se trata de uma questão que poucas vezes lhes são apresentadas, tanto as que ocorrem por virtude das relações de consumo no geral e muito menos das emergentes dos contratos de consumo em especial. Concordam, ainda que por hipótese, que diante de uma situação que envolvesse a dificuldade do exercício pelo consumidor do seu direito de arrependimento em resultado de um contrato celebrado no comércio ambulante, a solução passaria por aproximar as partes em encontrar uma saída amigável.

3.9. Estudo comparativo do exercício do direito de arrependimento com algumas realidades jurídicas

3.9.1. No direito angolano

É realmente importante destacar que actualmente não existe um regime jurídico especial aplicável aos contratos à distância em Angola. Dada essa lacuna legal, surge a necessidade de se pensar em um instrumento jurídico adequado para a realidade angolana. Com a crescente dinâmica social e económica, torna-se cada vez mais evidente a necessidade de uma legislação que regule de forma específica os contratos realizados à distância. Tal instrumento poderia abordar questões como protecção ao consumidor, prazos de entrega, direitos de rescisão, entre outros aspectos relevantes para garantir transacções seguras e justas nesse contexto. É essencial que essa legislação seja desenvolvida levando em consideração as características únicas do mercado angolano e as necessidades dos consumidores e fornecedores locais⁶¹⁶.

É interessante observar que, embora a Lei de Defesa do Consumidor em Angola, a Lei n.º 15/03 de 22 de Julho, não apresente explicitamente o conceito de contrato à distância, ela reconhece a existência desses contratos. O conceito de contrato à distância pode ser encontrado na Lei das Actividades Comerciais (LAC), especificamente no artigo 4, n.º 40, conforme alterado pela Lei n.º 26/21, de 4 de Outubro. Segundo essa definição, “venda à distância é aquela que se realiza com recurso a qualquer meio de comunicação, sem necessidade da presença física dos intervenientes”.

É importante analisar essa definição em conjunto com os artigos 3, n.º 1 e 2 da Lei de Defesa do Consumidor (LDC), a fim de compreender completamente o quadro legal relacionado aos contratos à distância em Angola. Esses dispositivos podem fornecer mais detalhes sobre os direitos e protecções dos consumidores em transacções realizadas dessa

⁶¹⁶ FRANCISCO, José Mateus, *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, Dissertação de Mestrado e Ciências Jurídico-Forenses, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2019, p. 19.

maneira, garantindo que estejam de acordo com os princípios gerais estabelecidos na legislação de defesa do consumidor⁶¹⁷.

Compreendo, então, que embora a Lei de Defesa do Consumidor em Angola reconheça a existência de contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, ela não define explicitamente esse conceito. No entanto, a Lei das Actividades Comerciais aborda essa questão, especificamente no artigo 4, n.º 44, onde esses contratos são considerados como uma venda especial. Esses contratos são definidos como aqueles celebrados na presença simultânea do fornecedor e do consumidor, porém, fora do estabelecimento comercial do fornecedor.

Estabelecimento Comercial é a instalação de carácter físico e permanente, destinada ao exercício regular da actividade comercial, continua em dias ou ocasiões determinadas, assim como quaisquer outros recintos que, com a mesma finalidade recebam aquela classificação em virtude de disposições legais ou regulamentares, sempre de carácter imóvel nos termos do n.º 4 do art.º 204 do Código Civil⁶¹⁸.

É interessante observar essa distinção entre os contratos realizados à distância e os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, conforme definido pela legislação angolana. Embora possam partilhar algumas semelhanças, como a ausência da presença física dos intervenientes, eles também têm suas próprias características distintas, que devem ser consideradas ao se aplicar a legislação pertinente.

Sim, com base no artigo 15 da Lei de Defesa do Consumidor (LDC) em Angola, podemos identificar dois pré-requisitos para exercer o direito de arrependimento:

i) Contratação de fornecimento de bens ou serviços: O direito de arrependimento aplica-se a contratos que envolvam o fornecimento de bens ou serviços. Isso abrange uma ampla gama de transacções comerciais que envolvem a aquisição de produtos ou a contratação de serviços.

ii) Celebrado fora do estabelecimento comercial: O contrato deve ter sido celebrado fora do estabelecimento comercial, por meio de correspondência ou outros serviços equivalentes. Isso inclui contratos realizados à distância, nos

⁶¹⁷ FRANCISCO, José Mateus, *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, cit. p. 19.

⁶¹⁸ Cfr. art.º 4, n.º 20 da LAC.

quais não há presença física dos intervenientes no estabelecimento comercial do fornecedor.

Além disso, é especificado que o exercício do direito de arrependimento deve ser realizado dentro do prazo de 7 dias. Portanto, para que um consumidor possa exercer o direito de arrependimento, o contrato deve atender a esses critérios estabelecidos na legislação⁶¹⁹.

Na Lei de Defesa do Consumidor em Angola, a Lei n.º 15/03 de 22 de Julho, assim como no Código de Defesa do Consumidor no Brasil, não são detalhados os tipos de contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, nem são estabelecidos os requisitos específicos para essa modalidade de contratação, nem mesmo fixados seus objectos. Em vez disso, a lei se limita a instituir o direito de arrependimento, conforme estabelecido no número 5 do artigo 15.

Este direito permite ao consumidor, nos contratos celebrados à distância, incluindo aqueles celebrados no domicílio do consumidor, desistir do contrato no prazo de 7 dias. Isso significa que o consumidor tem a opção de cancelar o contrato dentro desse período sem a necessidade de justificativa. Por outro lado, o parágrafo primeiro do mesmo artigo reforça que o consumidor tem direito à devolução da quantia monetária actualizada, caso já tenha efectuado algum pagamento.

O direito de arrependimento, como previsto no artigo 15, n.º 5 da Lei de Defesa do Consumidor (LDC), tem como principal objectivo proteger os consumidores contra vendas abusivas de produtos não solicitados. Isso inclui práticas comerciais agressivas que utilizam técnicas de comunicação à distância, como internet, telefone e *telemarketing*.

Doravante, o direito de arrependimento pode ser considerado uma fonte contratual, uma excepção à regra geral, que surge do acordo entre as partes. Isso pode ocorrer como parte de estratégias de *marketing* para promover determinados bens ou serviços. No entanto, ao oferecer aos consumidores a possibilidade de desistir do contrato dentro de um determinado prazo, isso pode, de facto, incentivar o consumidor a adquirir o bem ou serviço,

⁶¹⁹ FRANCISCO, José Mateus, *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, cit. p. 31.

pois eles se sentem mais seguros ao saber que têm a opção de cancelar a compra, se necessário. Essa garantia pode aumentar a confiança do consumidor e, consequentemente, estimular as vendas⁶²⁰.

No sistema legal de Angola, é estipulado um período de 7 dias úteis para exercer o direito de desistência, a partir da recepção do produto ou serviço. Em caso de dúvidas sobre a contagem desse prazo, será aplicado o artigo 279 do Código Civil. Consequentemente, quaisquer pagamentos feitos, em qualquer circunstância, serão reembolsados integralmente, com correcção monetária, imediatamente⁶²¹.

O prazo mencionado é válido tanto para contratos celebrados fora do estabelecimento comercial por meio de correspondência quanto para contratos celebrados à distância. É evidente que o objectivo do legislador angolano é estabelecer um prazo único e coeso para ambas as situações, visando garantir uma abordagem uniforme e consistente⁶²².

Ao exercer o direito de arrependimento, o consumidor não tem a obrigação de fazer qualquer pagamento, a menos que haja despesas relacionadas ao cumprimento do contrato por parte do fornecedor. Nesse caso, o consumidor deve reembolsar o valor eventualmente pago pelo bem ou serviço, com correcção monetária. Se o fornecedor se recusar a cumprir essa obrigação legal por meio de uma cláusula contratual, isso será considerado uma cláusula abusiva, conforme previsto no artigo 16, alínea b) da Lei de Defesa do Consumidor em Angola⁶²³.

O consumidor não é obrigado a fornecer um motivo para o arrependimento; portanto, mesmo que o fornecedor tenha cumprido integralmente o contrato e o bem ou serviço seja de excelente qualidade, o consumidor ainda pode desistir unilateralmente do contrato. Nesse caso, a legislação angolana não especifica nenhum fundamento necessário para o

⁶²⁰ CARVALHO, Jorge Morais e PINTO FERREIRA, João Pedro, *Contratos à Distância e Fora do Estabelecimento*, Almedina, Coimbra, 2014., p. 94.

⁶²¹ Cfr. art.º 15, n.º 5, §1º da LDC angolana.

⁶²² FRANCISCO, José Mateus, *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, cit. p. 33.

⁶²³ FRANCISCO, José Mateus, *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, cit. p. 34.

exercício desse direito; simplesmente afirma que o consumidor tem o direito de desistir do contrato^{624/625}.

Embora a Lei de Defesa do Consumidor em Angola não especifique uma forma específica para exercer o direito de arrependimento, é importante notar que ele pode ser exercido por meio de qualquer declaração direccionada ao fornecedor, seja ela expressa ou tácita, conforme estipulado pelo artigo 217 do Código Civil. A declaração expressa pode ser realizada por meio de palavras faladas ou escritas, ou por qualquer outra forma directa de expressão de vontade. Neste contexto, essa declaração expressa também pode ser feita por meio de acções, como gestos. Por outro lado, a forma tácita ocorre quando o consumidor simplesmente devolve os bens, o que equivale a uma manifestação de vontade de desistir do contrato⁶²⁶.

O exercício do direito de arrependimento tem dois efeitos principais: o fornecedor deve reembolsar o consumidor pelo valor pago e o consumidor deve conservar e devolver o bem nas mesmas condições em que estava quando o contrato foi celebrado. Essas acções, realizadas ao exercer o direito, levam à extinção dos efeitos decorrentes da celebração do contrato. Portanto, o exercício do direito tem eficácia retroactiva, conforme estabelecido pelo artigo 276 do Código Civil, que considera o exercício desse direito como uma condição legal para a extinção do contrato. No entanto, é importante destacar que o que determina a extinção do contrato é o exercício do direito em si, e não necessariamente o reembolso do valor pago ou o dever de conservação e restituição do bem⁶²⁷.

O fornecedor tem a obrigação de reembolsar os valores pagos pelo consumidor para adquirir o bem ou serviço, podendo utilizar qualquer meio de pagamento. A legislação angolana não estabelece um prazo específico para essa devolução, mas exige que os valores sejam reembolsados imediatamente e actualizados⁶²⁸.

Se o consumidor optar por exercer o direito de arrependimento, ele é responsável por devolver o produto adquirido em condições normais. Embora a legislação

⁶²⁴ FRANCISCO, José Mateus, *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, cit. pp. 34 e 35.

⁶²⁵ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito de Consumo*, cit. p. 112, complementa que “a ausência de fundamento é a característica essencial e definitiva por excelência deste direito...”.

⁶²⁶ DONO, João Soares Silva, *Teoria Geral do Direito Civil*, cit. p. 346.

⁶²⁷ FRANCISCO, José Mateus, *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, cit. p. 36.

⁶²⁸ Cfr. art.º 15, n.º 1 da LDC angolana.

angolana não aborde especificamente o risco de perda ou dano do produto, podemos recorrer às disposições gerais do artigo 796 do Código Civil. De acordo com este artigo, o risco de perda ou dano do produto é transferido para o consumidor no momento da entrega, quando as responsabilidades são consolidadas. No entanto, essa interpretação não é universalmente aceite, pois há aqueles que defendem que o risco deve permanecer com o consumidor⁶²⁹.

A legislação de Angola não aborda explicitamente a responsabilidade pelos custos associados à devolução do produto. Diante dessa lacuna legal, é necessário buscar orientação em outros sistemas jurídicos, considerando que as abordagens podem variar significativamente de um país para outro.

A legislação portuguesa estipula que o consumidor é responsável pelos custos de devolução do bem, excepto nos casos em que o fornecedor concorda em arcar com esses custos ou quando o consumidor é informado antecipadamente pelo fornecedor sobre a obrigação de pagar esses custos. Assim, geralmente, o ónus dos custos recai sobre o consumidor, a menos que os casos mencionados acima se apliquem, em que tanto o consumidor quanto o fornecedor devem agir de boa-fé (conforme estabelecido no artigo 334 do Código Civil) para evitar que uma das partes incorra em despesas desproporcionais⁶³⁰.

A legislação de protecção ao consumidor em Angola não aborda os procedimentos e prazos para a devolução de bens. Portanto, é necessário recorrer às cláusulas do Código Civil. Na nossa interpretação, se um consumidor deseja exercer o direito de arrependimento, não deve usar o bem durante o prazo determinado. Se o fizer e o bem se deteriorar, seu direito de arrependimento legal poderá ser limitado, exigindo o pagamento de um valor específico para exercê-lo novamente⁶³¹.

3.9.2. No direito português

No contexto do direito português, de acordo com o Decreto-Lei n.º 14/2014, de 14 de Fevereiro, é consagrado o regime jurídico dos contratos celebrados à distância e fora do

⁶²⁹ FRANCISCO, José Mateus, *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, cit. p. 37.

⁶³⁰ FRANCISCO, José Mateus, *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, cit. p. 37.

⁶³¹ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo*, cit. p. 170.

estabelecimento comercial que foi posteriormente actualizada parcialmente pelo Decreto-Lei n.º 78/2018, de 15 de Outubro.

No artigo 10, número 1, estipula que o consumidor tem um período mínimo de 14 dias para rescindir o contrato, sem incorrer a quaisquer custos, com excepção daqueles que decorram da solicitação pelo consumidor de uma modalidade de envio diferente da proposta pelo fornecedor e por esta razão considerar-se mais onerosa⁶³². Prazo mais longo para o exercício do direito de arrependimento se assiste, se o fornecedor faltar com o seu dever de informação pré-contratual⁶³³. Presume-se como dispunha a legislação anterior, que este prazo é contínuo, não sendo interrompido nos Sábados, Domingos e feriados.

Desta forma, o consumidor pode resolver unilateralmente o contrato mediante o preenchimento do modelo proposto para o efeito que consta da parte B do anexo do Decreto-Lei n.º 14/2014, de 14 de Fevereiro, ou através do envio por escrito de qualquer declaração compreensível de manifestação de vontade de resolução do contrato, e a acusação da recepção pelo fornecedor de bens ou prestador de serviços deverá ser feita dentro de 24 horas⁶³⁴.

Uma vez informado a respeito da decisão de cancelamento do contrato, o fornecedor de bens ou prestador de serviços tem a obrigação de efectuar o reembolso⁶³⁵ de todos os pagamentos recebidos do consumidor, sem excluir as despesas decorrentes da entrega, nos termos dispostos pelo número 2 do artigo 13⁶³⁶.

Tendo comunicado sobre a decisão de desvinculação, e o fornecedor não se tenha disponibilizado em proceder com a recolha do próprio bem, ao consumidor incumbe no prazo de 14 dias contados desde a data de comunicação, devolver o bem ao fornecedor ou outra pessoa autorizada a receber em seu nome⁶³⁷.

Assim, o direito de arrependimento deve ser exercido dentro de um período de 14 dias consecutivos. No que diz respeito à contagem dos prazos, aplicam-se as regras estabelecidas no artigo 296 do Código Civil, que determina que os prazos legais seguem as

⁶³² Cfr. art.º 12, n.º 3 do Decreto-Lei n.º 14/2014, de 14 de Fevereiro.

⁶³³ Cfr. art.º 10, n.º 2 do Decreto-Lei n.º 78/2018, de 15 de Outubro que estende para casos similares o prazo para o exercício do direito de livre resolução de 14 dias para 12 meses.

⁶³⁴ Cfr. art.º 11, n.º 1 e 4 do Decreto-Lei n.º 14/2014, de 14 de Fevereiro.

⁶³⁵ Salvo convenção em contrário nos termos do n.º 2 do art.º 12, do Decreto-Lei n.º 14/2014, de 14 de Fevereiro, o reembolso dos pagamentos deve ser efectuado pelos mesmos canais adoptados pelo consumidor na transacção inicial.

⁶³⁶ Cfr. art.º 12, n.º 1 do Decreto-Lei n.º 14/2014, de 14 de Fevereiro.

⁶³⁷ Cfr. art.º 13, n.º 1 do Decreto-Lei n.º 4/2014, de 14 de Fevereiro.

disposições do artigo 279 do mesmo código. Destacam-se as alíneas b), que indica que o dia em que ocorre o evento que inicia o prazo não é contado, e a alínea e), que determina que um prazo que termine num Domingo ou feriado será transferido para o primeiro dia útil seguinte⁶³⁸.

O início da contagem desse prazo varia de acordo com o tipo de contrato celebrado. Nos casos de contratos de prestação de serviços, celebrados fora do estabelecimento comercial o prazo imposto pela lei é de 30 dias contados desde o dia da celebração do contrato, do dia em que o consumidor ou interposta pessoa por si indicada adquira a posse presencial do bem, ou do dia da celebração do contrato, para os casos de fornecimento de água, gás ou electricidade (luz)^{639/640}.

Essa alternativa deve ser interpretada no sentido de que o prazo se inicia a partir do evento (celebração do contrato ou início da prestação) que ocorrer mais tarde. Como o início da prestação é sempre posterior à celebração do contrato, o evento relevante para o início da contagem do prazo é o início da execução do contrato de prestação de serviço. No entanto, essa regra deve ser lida em conjunto com a alínea a) do artigo 17 do Decreto-Lei n.º 14/2014, de 14 de Fevereiro que estabelece que o consumidor não tem direito a rescindir livremente nos contratos sob os quais os serviços tenham sido integralmente prestados após a consentimento expresso do consumidor.

Portanto, devem ser consideradas duas situações distintas, dependendo do acordo do consumidor em relação ao início da prestação. Se houver acordo entre as partes, o direito pode ser exercido até o início da prestação, independentemente do prazo decorrido desde a celebração do contrato; caso não haja acordo entre as partes, o prazo começa a contar a partir do início da prestação do serviço, sendo necessário informar o consumidor sobre esse facto⁶⁴¹.

A observação relevante é que a alínea c) do artigo 279 do Código Civil estipula que “o prazo estabelecido em semanas, meses ou anos, a partir de uma determinada data, termina às 24 horas do dia que corresponde à última semana, mês ou ano a essa data; no entanto,

⁶³⁸ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 340.

⁶³⁹ Cfr. art.º 10, n.º 3, als. a) b) e c) do Decreto-Lei n.º 14/2014, de 14 de Fevereiro.

⁶⁴⁰ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 340.

⁶⁴¹ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 341.

se no último mês não houver um dia correspondente, o prazo termina no último dia deste mês”⁶⁴².

O n.º 3 do artigo 6 estabelece que, caso o profissional cumpra a obrigação de confirmação durante o período de três meses, o consumidor terá então 14 dias para exercer o direito de livre resolução⁶⁴³.

A interpretação literal da lei pode sugerir que apenas o cumprimento da obrigação nos primeiros 14 dias interromperia a contagem do prazo de três meses. No entanto, a intenção deste regime é permitir ao consumidor, munido dos elementos fornecidos na confirmação, decidir se deseja exercer o direito de livre resolução no prazo de 14 dias. Portanto, o cumprimento da obrigação durante os três meses concede ao consumidor o direito de rescindir o contrato dentro de 14 dias. Isso pode ocorrer mesmo após o término dos três meses, caso a confirmação seja enviada alguns dias antes do seu vencimento. Outro elemento a considerar, literalmente, é que o n.º 3 estabelece que, em caso de não cumprimento da obrigação de confirmação, “o prazo referido no n.º 1 é de três meses”, o que significa que o prazo pode ser de 14 dias ou três meses⁶⁴⁴.

3.9.3. No direito espanhol

No direito espanhol, o prazo para exercer o direito de retractação é de 7 dias úteis a partir da entrega do bem ou da celebração do contrato de prestação de serviços. Esse prazo é estendido para três meses no caso de o profissional não cumprir o dever de informação sobre o direito de retractação ou se não entregar ao consumidor o documento de desistência, conforme estabelecido pelo artigo 71 do *Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre (Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios)*. O documento de desistência é uma novidade da lei espanhola em relação à Directiva, e está previsto na parte final do artigo 69, n.º 1. Este documento, que deve ser entregue obrigatoriamente ao consumidor após a celebração de um contrato à distância, deve ser claramente identificado, indicando o nome e o

⁶⁴² CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 341.

⁶⁴³ Alterado pelo Decreto-Lei n.º 78/2018, de 15 de Outubro.

⁶⁴⁴ Neste sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 342.

endereço da pessoa a quem deve ser enviado, bem como os dados de identificação do contrato e dos contratantes envolvidos. Essa medida facilita tanto o conhecimento do direito por parte do consumidor quanto o seu exercício⁶⁴⁵.

O direito de arrependimento em vendas realizadas à distância foi inicialmente regulado pela "*Ley de Ordenación del Comercio Minorista*", Lei n.º 7/1996 de 15 de Janeiro de 1996, na Espanha, e mais tarde pela Lei. n.º 3/2014, de 27 de Março, que modifica e refunde o texto da "*ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el real decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre*."

De acordo com a legislação espanhola, uma venda à distância ocorre quando é feita sem a presença física simultânea do comprador e do vendedor. Isso acontece quando a oferta e a aceitação são feitas exclusivamente por meio de uma técnica de comunicação à distância ou por meio de um sistema de contratação organizado pelo comerciante com essa característica⁶⁴⁶.

O direito de arrependimento, ou "*derecho de desistimiento*", está estabelecido no artigo 44 da legislação mencionada. De acordo com este artigo, o consumidor tem um período mínimo de 7 dias para desistir do contrato. Não é necessário fornecer qualquer justificativa para isso.

No que diz respeito aos custos associados ao exercício deste direito, o fornecedor só pode cobrar do consumidor os custos relacionados com o envio de volta do produto. No entanto, a lei espanhola estipula que se o fornecedor oferecer um produto de qualidade e preço equivalentes como substituição do produto adquirido, então os custos de devolução devem ser suportados pelo fornecedor⁶⁴⁷.

Assim como na maioria das legislações europeias, a lei espanhola exige que uma série de informações sejam fornecidas ao consumidor. Uma peculiaridade interessante é que, se esses deveres de informação não forem cumpridos, a lei espanhola concede ao consumidor o direito de rescindir o contrato devido ao não cumprimento do dever de informação. Nesse cenário, o prazo para a rescisão será de três meses a partir da entrega do bem.

A lei espanhola age de forma apropriada ao estabelecer que o consumidor possui um direito de resolução e não um direito de arrependimento quando o vendedor não cumpre o seu dever de informação. Uma vez que houve uma violação de uma das

⁶⁴⁵ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, cit., p. 343.

⁶⁴⁶ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 86.

⁶⁴⁷ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 88.

obrigações por parte do vendedor, é correcto o exercício do direito de resolução em vez do direito de arrependimento⁶⁴⁸.

O ordenamento espanhol, em conformidade com a Directiva 97/7/CE, estabelece restrições ao direito de arrependimento. Entre elas, estão incluídas as aquisições de produtos sujeitos a flutuações do mercado financeiro e fora do controle do vendedor, produtos feitos sob medida para o consumidor, bem como compras de áudio, vídeo, programas informáticos, revistas e publicações periódicas.

3.9.4. No direito francês

Na França, o direito de arrependimento é consagrado no *Code de la Consommation*. Este diploma se aplica a todas as vendas de bens e à prestação de serviços concluídas sem a presença física das partes, utilizando uma ou mais técnicas de comunicação à distância⁶⁴⁹.

No sistema jurídico francês, o artigo (L.221-18 L. 221-28)⁶⁵⁰ aborda sobre o “*droit de la rétractation applicable aux contracts conclus à distance et hors établissement*”. O prazo “*delai de rétractation*” (L. 222-7-L. 221-4) para exercer o direito de arrependimento, sendo este um tanto enigmático. O consumidor dispõe de um prazo de 14 dias para exercer o seu direito de resolução em um contrato que tenha sido celebrado à distância ou fora do estabelecimento comercial, mediante consulta telefónica, despedido de qualquer imposição de fundamentar a decisão ou de suportar outros encargos que os previstos nos artigos L. 221-23 a L. 221-25.

O prazo mencionado no primeiro parágrafo do artigo L. 221-18 começa a contar dia da celebração do contrato de prestação de serviços e os mencionados no artigo L. 221-4, ou do recebimento da mercadoria pelo consumidor ou terceiro, que não o transportador, por ele designado, para contratos de compra e venda de mercadoria. Nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, o consumidor pode igualmente exercer o seu direito de rescisão unilateral. Para os casos de encomenda de diversas mercadorias a serem entregues

⁶⁴⁸ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 89.

⁶⁴⁹ Cfr. art.º 121-16 de *Code de la Consommation*.

⁶⁵⁰ Criado pela Portaria n.º 2016-301 de 14 de Março de 2016.

separadamente ou em casos de uma encomenda de mercadoria composta por lotes ou múltiplas peças cuja entrega seja repartida por um período definido, o prazo decorre a partir da recepção da última mercadoria ou lote ou do último pedaço.

Para os contratos que prevêm a entrega regular de mercadorias durante um período definido, o prazo começa a contar a partir do recebimento da primeira mercadoria.

Nos casos em que o direito a informação relativa ao direito de rescisão não tenha sido fornecido ao consumidor (omissão do dever de prestação de informação) nas condições dispostas no 7º do artigo L. 221-5, o prazo de rescisão prolonga-se para até 12 meses a partir do término do prazo de rescisão inicial previsto no artigo L.221-18. Portanto, quando a prestação desta informação ocorre durante tal prorrogação, o prazo de resolução finda no fim de 14 dias contados desde o dia em que ao consumidor for disposta a informação.

Nos termos do artigo 221-21⁶⁵¹ - art.º 6, o consumidor exerce o seu direito de rescisão, mediante comunicação ao profissional sobre a sua decisão de rescisão, enviando no decurso do prazo estabelecido no artigo L. 221-18, o formulário apropriado⁶⁵² de rescisão devidamente preenchido, ou qualquer outra declaração, inequívoca, pela qual manifesta a sua vontade de desvinculação. Permite-se ainda, que o consumidor preencha e transmita *online*, na página virtual do fornecedor, o formulário ou declaração de manifestação de retractação, e nestes casos, o profissional comunica em prazo mais rápido possível a acusação de recepção de resolução em suporte duradouro.

Diante da rescisão, o consumidor tem o dever de proceder com a devolução dos bens ao profissional ou outra pessoa por este designada, sem demora que não seja justificada e, mais tardar, no prazo de 14 dias contados desde a comunicação do desejo de desvinculação nos termos do artigo L. 221-21, salvo os casos em que o fornecedor se comprometa em proceder com a recolha dos referidos bens⁶⁵³.

Portanto, para os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, quando os bens são entregues na residência do consumidor no momento da formalização do

⁶⁵¹ Modificado pelo Despacho n.º 2021-1734, de 22 de Dezembro de 2021

⁶⁵² Mencionado no 7º do artigo L. 221-5.

⁶⁵³ O consumidor suporta apenas os custos respeitantes a devolução dos bens, com excepção dos casos nos quais o profissional concorde em suportá-los ou se tiver omitido a informação de que os mesmos custos deveriam ser suportados pelo consumidor.

contrato, o profissional procede com a recolha dos bens a custos próprios, salvo se os mesmos possam ser normalmente devolvidos pelo uso dos correios devido à sua natureza.

Após o exercício do direito de arrependimento, o fornecedor tem a obrigação de reembolsar os valores que o consumidor eventualmente tenha pago. Esse reembolso deve ser realizado dentro de um prazo de 30 dias. Caso o fornecedor não cumpra essa obrigação dentro desse prazo, poderão ser acrescidos juros legais sobre o valor a ser reembolsado⁶⁵⁴.

Assim como a maioria das legislações europeias, a lei francesa estabelece certas restrições para o exercício do direito de arrependimento. De acordo com o artigo 222-9, o consumidor não pode exercer esse direito no fornecimento de instrumentos financeiros mencionados no artigo L. 211-1 do Código Monetários e Financeiro, bem como nos serviços de recepção transmissão e execução de ordens por conta de terceiros mencionados no artigo L. 321-1 do mesmo Código. Nos contratos celebrados por ambas as partes a pedido expresso do consumidor antes que este último exerça o seu direito de rescisão, nos contratos de crédito imobiliário definidos no artigo L. 313-1 e nos contratos de empréstimo hipotecário de vida definidos no artigo L. 315-1.

3.9.5. No direito italiano

Na Itália, segundo o *Codice del Consumo*, dispõe no n.º 3 do artigo 5 que ao consumidor, ou seja, quem for, assiste-lhe o direito a informação que tem de ser adequada à técnica de comunicação utilizada e expressa de forma clara e compreensível, atendendo aos modelos de celebração do contrato ou as características do sector, tais como garantir a conscientização do consumidor.

No capítulo I do título IV, vê-se estabelecido o reforço da protecção do consumidor em relação a televendas⁶⁵⁵. O artigo 28, dispõe que a presente secção se aplica as televendas, tal como definidas no regulamento sobre publicidade e televendas radiofónicas e televisivas, adoptado pela Autoridade de Garantias das Comunicações em a resolução n.º 538/01/CSP, de 26 de Julho de 2001.

⁶⁵⁴ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 86.

⁶⁵⁵ Título alterado pelo Decreto Legislativo de 22 de Agosto de 2007, n.º 146.

Nas alíneas g) e h) do número 1 do artigo 45 estão definidos respectivamente os “contratos à distância como: qualquer contrato celebrado entre o profissional e o consumidor no âmbito de um regime organizado de venda ou prestação de serviços a distância, sem a presença física e simultânea do profissional e do consumidor, através da utilização exclusiva de um ou mais meios de comunicação à distância até a celebração do contrato, incluindo a celebração do próprio contrato. E os “contratos fora do estabelecimento” como: qualquer contrato entre o profissional e o consumidor, (i) sem a presença física e simultânea do profissional e do consumidor, em local diferente das instalações do profissional; (ii) para o qual tenha sido apresentada uma oferta pelo consumidor, nas mesmas circunstâncias atrás referidas; (iii) celebrado nas instalações do profissional ou por qualquer meio de comunicação à distância imediatamente após o consumidor ter sido abordado pessoal e individualmente em local diferente das instalações do profissional, na presença física e simultânea do profissional ou consumidor; ou (iv) concluída durante uma viagem promocional organizada pelo profissional a que tenha por objectivo ou efeito promover e vender bens ao consumidor.

O artigo 52⁶⁵⁶ consagra a expressão o direito de retirada. No n.º 1 expõe que salvo as excepções referidas no artigo 59, o consumidor tem um período de 14 dias para cancelar um contrato firmado à distância ou fora do estabelecimento comercial, sem precisar justificar e sem incorrer em custos adicionais aos especificados nos artigos 56, n.º 2 e 57, nomeadamente se o consumidor tiver escolhido expressamente um tipo de entrega menos dispendioso do que oferecido pelo comerciante, ou, se o próprio profissional se tiver oferecido em proceder a recolha dos bens, dentre outros.

O prazo, salvo se o fornecedor incumpra com o seu dever de prestação de informação⁶⁵⁷ começa a contar nos termos das alíneas a) e b) desde o dia da celebração do contrato, nos casos de contratos de prestação de serviços, e a partir do momento em que o consumidor ou um terceiro, designado por ele e que não seja o transportador, adquire a posse física dos bens em contratos de venda. Vale destacar que, se os bens encomendados pelo consumidor consistirem em múltiplos itens em um único pedido a serem entregues separadamente, o prazo começa a contar a partir do momento em que o consumidor, ou a pessoa indicada por ele, adquire a posse física do último item do lote. Nos casos em que o contrato prevê a entrega faseada e periódica dos bens durante um período específico, o prazo começa a

⁶⁵⁶ Artigo assim substituído pelo art.º 1, paragrafo 1, Decreto Legislativo de 21 de Fevereiro de 2014, n.º 1.

⁶⁵⁷ Cfr. Art.º 53 do *Codice del Consumo*.

partir do dia em que o consumidor ou o terceiro, excluindo o transportador, recebe o primeiro bem.

O exercício do direito de retirada pelo consumidor, realiza-se no direito italiano com semelhantes formalidades ocorridas no direito francês. Nesta realidade jurídica, o consumidor deverá igualmente e dentro do prazo legal estipulado, informar ao profissional sobre a sua decisão de retirada através do preenchimento de um formulário normalizado previsto no anexo I, parte B, ou através de apresentação de uma declaração explícita da sua decisão de desvinculação, sem claramente necessidade de emitir uma fundamentação da motivação⁶⁵⁸.

Para o efeito, o profissional compromete-se em reembolsar os pagamentos recebidos pelo consumidor, não excluindo provavelmente os encargos resultantes da entrega, num prazo de 14 dias a serem contados desde o dia em que seja comunicado sobre a pretensão de desistência, utilizando o mesmo meio de pagamento utilizado pelo consumidor na transacção inicial, excepto se entre as partes tiverem disposto expressamente outro meio de transacção desde que não pressuponha encargos acrescidos para o consumidor por virtude do reembolso.

Com excepção das situações nas quais o profissional se comprometa em efectuar a recolha dos bens, ao consumidor incumbe o deve-los ao profissional ou pessoa por si designada, o mais urgente possível e sem atrasos não justificados, no prazo de 14 dias a serem contados desde a data da recepção dos bens, suportando apenas o custo relativo a devolução do bem, se o comerciante não tiver concordado em suporta-los ou não tenha informado ao consumidor que sobre ele recaem as despesas em caso de desistência. Para os contratos celebrados fora do estabelecimento, nos quais os bens tenham sido levados até ao domicílio do consumidor no instante da celebração do contrato, cabe ao profissional efectuar a sua recolha, salvo se pela sua natureza não poderem ser expedidos por meio de correio⁶⁵⁹.

O artigo 59⁶⁶⁰, A nova legislação estabelece claramente as situações em que o direito de rescisão não é permitido em contratos celebrados à distância ou fora do

⁶⁵⁸ O artigo 54, n.º 3 do *Codice del Consumo*, coloca ainda a possibilidade de o profissional oferecer ao consumidor a prerrogativa de poder preencher e enviar o formulário electronicamente, ou qualquer outra declaração de resolução disponível na página virtual por si detida. Para estes casos, o profissional emite sem demora o aviso de recepção em suporte duradouro a retirada exercida.

⁶⁵⁹ Cfr. art.º 57, n.º 1 do *Codice del Consumo*.

⁶⁶⁰ Artigo assim substituído pelo art.º 1, parágrafo 1, Decreto Legislativo de 21 de Fevereiro de 2014, n.º 21.

estabelecimento comercial. Por exemplo, em contratos de prestação de serviços após o início da execução com acordo expresso do consumidor e aceitação de renúncia ao direito de rescisão após a conclusão das actividades pelo profissional, fornecimento de bens ou serviços sujeitos a flutuações frequentes no mercado financeiro sem controle pelo profissional, e fornecimento de bens perecíveis ou facilmente deterioráveis, etc.⁶⁶¹.

3.9.6. No direito alemão

Na Alemanha, o direito de arrependimento dos consumidores é regulado pelo *Bürgerliches Gesetzbuch* (BGB). De acordo com o §355 deste código, os consumidores alemães têm um prazo de duas semanas para exercer o direito de arrependimento em vendas realizadas porta a porta ou à distância. No contexto alemão, a venda porta a porta (conforme §312 do BGB) pode ocorrer verbalmente no local de trabalho ou na residência do consumidor, durante eventos de lazer organizados pelo vendedor ou terceiros, ou quando representantes abordam os consumidores em áreas de acesso público⁶⁶².

Conforme estabelecido pelo §312 do *Bürgerliches Gesetzbuch* (BGB), a venda a distância na Alemanha é definida como aquela na qual bens ou serviços (incluindo serviços financeiros) são fornecidos pelo vendedor ao consumidor por meio de qualquer forma de comunicação à distância. Esta legislação alemã especifica que os meios de comunicação à distância incluem cartas, catálogos, chamadas telefônicas, fax, e-mail, serviços telefônicos e meios de comunicação digital⁶⁶³.

O direito de rescisão dos contratos de consumo encontram-se dispostos no §355 que consagra no número 1 que uma vez concedido a um consumidor o direito de rescisão por lei em conformidade com esta disposição, o consumidor e o empresário deixam de estar vinculados as suas declarações e intenções destinadas a celebrar o contrato se o consumidor tiver retirado a sua declaração de intenções de prazo e forma oportuna, feita mediante comunicação ao empresário, indicando com clareza o desejo de desvinculação do contrato, contudo, sem qualquer necessidade de fundamentação sobre os motivos.

⁶⁶¹ Cfr. art.º 57, n.º 1 do *Codice de Consumo*.

⁶⁶² GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 90.

⁶⁶³ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 90.

Conforme o número 2 do §355 do *Bürgerliches Gesetzbuch* (BGB), o direito de arrependimento em tais contratos pode ser exercido dentro de um período de 14 dias, se não tiver sido contratualmente fixado prazo diverso que começam a contar a partir do momento em que o contrato for celebrado.

Em caso de desistência (cancelamento do acordo), deverão ser pelo consumidor imediatamente devolvidos os serviços prestados pelo profissional, e caso a lei especifique um período máximo para a restituição, o mesmo inicia contagem para o empresário desde a data da recepção da informação do interesse de desistência, e para o consumidor com a apresentação da declaração da revogação, devendo imediatamente proceder com o envio da mercadoria a ser custeada pelo empresário⁶⁶⁴.

De acordo com o §357 do *Bürgerliches Gesetzbuch* (BGB), as consequências legais decorrentes do direito de arrependimento são estabelecidas. Em geral, quando o direito de arrependimento é exercido, o fornecedor é responsável pelos custos de devolução do item, desde que esses custos não ultrapassem 40 euros. Além disso, os riscos associados à conservação do item podem ser transferidos para o consumidor se o fornecedor tiver avisado sobre formas de mau uso do item ou a possibilidade de evitá-lo⁶⁶⁵.

O §356 do BGB é mais específico ao concretizar o direito de rescisão para os contratos e contratos de venda à distância celebrados fora das instalações comerciais. Resulta expressamente que o empresário poderá dar ao consumidor a oportunidade de preencher e enviar o modelo de formulário de cancelamento do acordo com consta do Apêndice 2 ao artigo 246 §1 2 frase 1 número 1 da Lei Introdutória do Código Civil ou outra declaração inequívoca de retratação a estar disponível no *website* do profissional, devendo este último, apenas confirmar imediatamente a recepção de cancelamento em suporte de dados duradouro.

Quanto aos prazos, verificam-se as mesmas soluções de contagem estabelecidas pelas legislações francesa e italiana⁶⁶⁶, com acréscimo apenas para o caso de um contrato que diga respeito ao fornecimento de água, gás ou electricidade, ao fornecimento de aquecimento urbano ou fornecimento de conteúdos digitais que não estejam em suporte de dados físico, que

⁶⁶⁴ Cfr. n.º 3 do §355 do BGB.

⁶⁶⁵ Cfr. GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 90.

⁶⁶⁶ Cfr. §356, (2) n.º 1 als. a) b) c) d) e e) Do BGB.

não seja oferecido num volume ilimitado ou uma quantidade específica, no momento da celebração do contrato⁶⁶⁷.

O período de cancelamento não começa a contar até que o empresário informe ao consumidor de acordo com os requisitos constantes do artigo 246 §1 2 frase 1 número 1 da Lei Introdutória do Código Civil. o direito de rescisão expira o mais tarde 12 meses e 14 dias após o prazo especificado no parágrafo 2 ou §355 parágrafo 2 frase 2, não se aplicando aos contratos relativos aos serviços financeiros.

O *Bürgerliches Gesetzbuch* (BGB), conforme estabelecido no §357, alinha-se com a Directiva do Parlamento Europeu 97/7/CE e restringe o direito de arrependimento em determinadas circunstâncias nos contratos à distância. Isso inclui contratos para o fornecimento de mercadorias feitas de acordo com as especificações do consumidor, bem como gravações de áudio ou vídeo, jornais e revistas periódicas, entre outros casos.

Não poderá ser exercido o direito de livre resolução em contratos de prestação de serviços sob os quais o beneficiário do serviço, tenha inicialmente concordado com o início da sua execução. Logicamente que se trata de uma questão de segurança jurídica e ainda de protecção do fornecedor contra o uso abusivo do direito de arrependimento. Não seria razoável que o fornecedor reunisse todas as condições para o início de prestação de determinado serviço, que vão desde a movimentação do pessoal técnico e dos instrumentos necessários a execução da tarefa, para que a meio o consumidor simplesmente desistisse do contrato⁶⁶⁸.

3.9.7. No direito brasileiro

O Código de Defesa do Consumidor no Brasil (CDCB), foi aprovado pela Lei n.º 8078, de 11 de Setembro de 1990 e posteriormente regulada pelo Decreto n.º 2.181, de 1997 e actualizada pela Lei n.º 13.425, de 11 de Julho 2017.

Em matéria de superendividamento e conciliação em bloco do consumidor de boa-fé com todos os fornecedores com quem tenha contratado e estabelecimento de um plano de amortização de dívidas e retirada do nome do consumidor de uma base de dados negativa,

⁶⁶⁷ Cfr. §356, (2) n.º 2 do BGB.

⁶⁶⁸ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 91.

ou “lista negra” o Código de Defesa do Consumidor incluiu em 2021 dois novos capítulos através da aprovação da Lei n.º 14.181/2021, de 3 de Julho.

Tratando-se de uma legislação moderna vigente em um país cujas relações de consumo mostram-se acentuadamente dinâmicas, o texto normativo sobre matérias de consumo não deixou de consagrar o sacrossanto direito de arrependimento.

No artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor do Brasil, é estipulado que o consumidor tem o direito de desistir do contrato dentro de 7 dias após sua assinatura ou após receber o produto ou serviço, especialmente nos casos em que o compromisso de fornecimento foi estabelecido fora do estabelecimento comercial, incluindo comunicações à distância ou no domicílio. Exercido o direito de arrependimento previsto na disposição acima referida, os montantes eventualmente pagos pelo consumidor ao profissional enquanto durar o período de reflexão, serão imediatamente a si devolvidos com a correspondente correcção monetária⁶⁶⁹.

No direito brasileiro não existe uma definição no Código de Defesa do Consumidor aprovado pela Lei n. 8078/90 sobre a matéria. O *e-commerce* é regulado pelo Decreto-Lei n.º 7962/2013 como um dos mecanismos de contratação à distância, contudo, sem se dignar em especificar o âmbito no qual abrange os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, permitindo-se chegar a conclusão de que o mesmo destina-se somente para contratações através da internet⁶⁷⁰.

O art.º 49§2 do Projecto de Lei do Senado (PLS) n.º 281/2012 estabeleceu que “entende-se por contratação à distância aquela realizada fora do estabelecimento comercial, ou sem a presença física e simultânea do consumidor e do fornecedor, como por exemplo, em domicílio, por telefone, correio, meio electrónico ou outros meios similares”.

Portanto, o art.º 49§3⁶⁷¹, difere-se na definição oferecida por outros ordenamentos europeus que nos referimos, ao equiparar a contratação efectuada no interior do estabelecimento comercial a um contrato celebrado à distância.

⁶⁶⁹ Cfr. art.º 48, § único do CDCB.

⁶⁷⁰ LOPES, Alexandre Augusto de Oliveira, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, cit. 2.

⁶⁷¹ Neste sentido, LOPES, Alexandre Augusto de Oliveira, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, cit. 2, desenvolve que “equipara-se a modalidade de contratação estabelecida na epígrafe dessa norma segundo a qual, ainda que sendo celebrado no estabelecimento, o consumidor não terá tido a oportunidade de atempadamente colher informação suficiente do produto ou serviço ao ponto de o conhecer devidamente, pelo facto de este não se encontrar em exposição ou pela dificuldade de o aceder”.

3.9.8. No direito argentino e uruguaio

Na Argentina, a norma que rege o direito dos consumidores é a Lei n.º 24.240, sancionada na Argentina, em 22 de Setembro de 1993⁶⁷².

Semelhante à maioria das legislações europeias, a legislação do consumidor na Argentina prevê um capítulo separado para as vendas realizadas no domicílio, por correspondência e outras modalidades, chamada “*venta domiciliaria, por correspondencia y otras*”. Este capítulo estabelece regras específicas e direitos para os consumidores envolvidos nessas modalidades de compra, garantindo a protecção e os direitos dos consumidores em diferentes contextos de aquisição de bens e serviços.

No capítulo VII, é possível encontrar a consagrada a venda em casas, por correspondência e outros. Certamente equiparado a celebração de contratos à distância ou fora do estabelecimento.

Dispõe o artigo 32⁶⁷³ da Lei n.º 24.240 de 22 de Setembro de 1993, que considera-se venda em habitação, a proposta ou oferta de venda de bens ou prestação de serviços feita ao consumidor fora do estabelecimento do fornecedor, bem como o contrato que resulte de uma chamada telefónica ao consumidor para se dirigir ao estabelecimento do fornecedor ou outro local por si proposto incluindo ao âmbito de venda ao domicílio ou venda directa, com o objectivo de oferecer a celebração de um contrato de consumo. Ao contrato exige-se que sigam as formalidades descritas entre os artigos 10 e 34 do texto legislativo em alusão, excluindo-se a compra e venda de bens perecíveis recebidos pelo consumidor e pagos em dinheiro.

No direito argentino, o direito de arrependimento é tratado como “*revocación de aceptación*”. De acordo com a legislação do país, o consumidor tem o prazo de 10 dias corridos para exercer esse direito, contados a partir da data em que lhe foi entregue a coisa ou da celebração do contrato. Durante esse período, o consumidor pode desistir da compra, sem a

⁶⁷² GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 92.

⁶⁷³ Artigo posteriormente substituído pelo art.º 13 da Lei n.º 26.361 BO de 4 de Julho de 2008.

necessidade de apresentar justificativas, e solicitar a devolução do produto ou cancelamento do contrato, conforme estabelecido pela lei de defesa do consumidor⁶⁷⁴.

É interessante observar que no direito argentino, assim como no direito português, são estabelecidas diversas disposições sobre o dever de informação do fornecedor. Ao contrário do que ocorre no direito moçambicano, não há apenas um dever geral de informação, mas sim várias previsões específicas sobre esse aspecto⁶⁷⁵.

A legislação argentina estipula que o vendedor tem a obrigação de informar de maneira clara, evidente e por escrito ao consumidor sobre a opção de desistência em qualquer documento que lhe seja apresentado para efeitos de venda, com a informação patente de forma e visível⁶⁷⁶. Deve ainda colocar o bem a disposição do vendedor, ficando este último incumbido a suportar os custos advenientes da devolução.

A lei de protecção ao consumidor do Uruguai, promulgada em 2000, é uma das mais recentes na América Latina. Em seu artigo 16, estabelece o direito de arrependimento⁶⁷⁷.

Primeiramente, é relevante observar que a lei uruguaia estabelece o direito de arrependimento no Capítulo IV da Lei 17.250, que trata da “oferta em geral”. De acordo com o artigo 16 deste documento⁶⁷⁸, o direito de arrependimento pode ser exercido quando a oferta é feita fora das instalações comerciais da empresa. Em face da promulgação desta legislação, já no século da era digital, a lei uruguaia expressamente prevê o direito de arrependimento para produtos e serviços oferecidos de forma *online*, televisiva, telefónica e até mesmo por correspondência⁶⁷⁹.

Após o exercício do direito de arrependimento, o fornecedor tem a obrigação de restituir "imediatamente" ao consumidor todos os valores pagos por ele. Caso haja demora na

⁶⁷⁴ Cfr. art.º 34 da aludida lei, posteriormente substituído pelo art.º 14 da Lei n.º 26.361 BO de 4 de Julho de 2008.

⁶⁷⁵ Ao longo da Lei 24.240/93, existem diversas determinações acerca do dever específico de informação (arts.ºº 4, 10, 14 e 21).

⁶⁷⁶ Mormente aos custos a serem suportados pelo reenvio do bem, o direito argentino consagra expressamente que os mesmos são assumidos pelo fornecedor. V. art.º 34 da Lei 24.240/93.

⁶⁷⁷ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 93.

⁶⁷⁸ Alterado pelo art.º 3 da Lei n.º 19.355, de 19 de Dezembro de 2014.

⁶⁷⁹ Neste sentido, GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 94, “tal como o direito argentino, os consumidores uruguaios desfrutam de cinco dias para o exercício do direito de arrependimento, contados desde a celebração do contrato ou da entrega do produto ou serviço.

restituição desses valores, a lei uruguaia estipula que eles devem ser pagos de forma actualizada⁶⁸⁰.

Segundo a lei uruguaia, ao exercer o direito de arrependimento, todas as transacções de pagamento realizadas tornam-se nulas, incluindo aquelas feitas por meio de cartão de crédito. Para que esse efeito seja aplicado, é suficiente que o consumidor comunique às administradoras do cartão de crédito sua decisão de desistir do contrato⁶⁸¹.

A Lei 17.250, promulgada no Uruguai no ano 2000, apresenta uma inovação notável no contexto do direito de arrependimento, especialmente quando se trata da prestação parcial de serviços. Essa legislação estabelece que, nos casos em que um serviço tenha sido parcialmente prestado e o consumidor decida exercer o direito de arrependimento, ele só será responsável pelo pagamento correspondente à parte do serviço que efectivamente recebeu. Essa disposição singular é uma resposta directa a uma problemática recorrente que muitas vezes surge quando se trata de rescindir contratos de serviços. A complexidade desse cenário reside no desafio de quantificar adequadamente o valor do serviço prestado até o momento da rescisão.

É importante ressaltar que essa abordagem inovadora da legislação uruguaia visa garantir uma relação justa entre consumidor e fornecedor de serviços. Ao permitir que o consumidor pague apenas pelo serviço que recebeu até o momento da rescisão, a lei busca equilibrar os interesses das partes envolvidas. Essa medida não apenas protege os direitos dos consumidores, mas também incentiva os fornecedores de serviços a prestarem um serviço de qualidade e a garantirem a satisfação do cliente ao longo de toda a prestação do serviço.

É notável que essa disposição da Lei 17.250 represente uma abordagem pioneira em relação ao direito de arrependimento em contratos de serviços. Até onde se sabe, não há precedentes claros para essa solução legislativa em outras jurisdições. Isso ressalta o carácter inovador e progressista da legislação uruguaia no que diz respeito à protecção dos direitos dos consumidores.

⁶⁸⁰Relativamente aos encargos, do texto sujeito a interpretação, a Lei 17.250/2000 dispõe que cada um dos sujeitos será responsável por assumir os custos associados ao direito de desistência. Desta feita, resulta inequívoco que o consumidor se predispõe em arcar com todas as despesas inerentes a devolução do bem. Sobre o assunto V. GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 94.

⁶⁸¹ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos*, cit., p. 94.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

i) Conclusões

Chegados a esta etapa da pesquisa, após ter lido e relido o trabalho várias ilações permitem-se retirar com o propósito de com determinada segurança, possamos posteriormente propor algumas sugestões de melhoria o cenário actual.

A comunidade de consumo a cada tempo que passa tem vindo a crescer de maneira expressiva e por isso há uma necessidade igualmente crescente de se criarem instituições e instrumentos capazes de regular, supervisionar as dinâmicas das relações de consumo bem como prevenir ou dirimir possíveis atritos decorrentes das naturais posições divergentes entre as partes intervenientes na relação em causa.

Diante do dinamismo característico da actividade comercial, múltiplos são os fenómenos verificados socialmente com inegável relevância jurídica e que a não serem tratados com a importância que merecem propiciam cada vez mais elevadas situações de agressões aos interesses dos consumidores.

Ora vejamos, as trocas de produtos ou serviços realizadas por técnicas de comunicação à distância que vão desde os anúncios publicitários televisivos, radiofónicos ou por cartazes, jornais e equiparados, as com o recurso ao telefone através do uso de dados ou voz, por intermédio da internet através das mais diversificadas plataformas disponíveis até àquelas sobre as quais as negociações acontecem de forma repentina, em lugares mais improváveis como no trabalho, nas vias públicas ou em viagens já ocorrem a tempo extremamente considerável e por essa razão encontram-se em suficientemente evoluídas, de modo a se esperar que a sua regulação acompanhe o seu ritmo.

Contudo, a realidade moçambicana espelha uma situação completamente contrária. Apesar de existirem com frequência contratos de consumo celebrados à distância e fora do estabelecimento, não se torna possível encontrar uma lei quadro capaz de estabelecer as regras pelas quais os tais contratos se norteariam, aptas a garantir facilmente que tais contactos ocorram diante de certa segurança jurídica e sem o recurso a improvisos normativos com intuito de colmatar os dissídios dela decorrentes.

Não poucas vezes o consumidor confronta-se com a situação de realizar contratos que sequer representou, por um lado porque o bem ou serviço não reflecte plenamente com as suas expectativas pelo facto de não possuir os elementos característicos ou funcionalidades desejadas sendo que não houve um verdadeiro contacto físico com o objecto, e por outro porque no momento da aceitação da proposta se encontrava em uma situação não habitual de reflexão sobre a necessidade ou interesse pela celebração.

Portanto, esse está longe de constituir o problema central no âmbito da sociedade de consumo, pois apesar de os contratos serem celebrados naqueles moldes que colocam o consumidor em situação de acentuada vulnerabilidade quanto a sua conveniência, o legislador na Lei de Defesa do Consumidor e no seu Regulamento e na Lei das Transacções Electrónicas até previu uma solução para o aludido constrangimento. Esses dispositivos, consagraram de forma superficial o recente e controverso instituto do direito de arrependimento ou de retratação ou ainda de livre resolução.

Parece quanto a nós, que para acompanhar a tendência de outras realidades jurídicas, algumas das quais já bastante evoluídas nestas matérias, o legislador moçambicano optou por consagrar o referido instituto nas legislações que versam em torno da protecção dos direitos e interesses do consumidor, sem, contudo, resguardar-se de instrumentos basilares que garantam o seu pleno exercício.

Resulta inequívoco, que o direito de arrependimento é uma prerrogativa conferida ao consumidor para de dentro de determinado período de tempo suficiente para reflexão, poder unilateralmente se desfazer de um acordo previamente estabelecido, atribuído apenas para algumas situações contratuais específicas nas quais não houve um contacto físico com o objecto a consumir ou não se encontrava em posição cómoda e suficientemente tranquila de decisão sobre o desejo da sua realização, ou seja, contratos celebrados à distância ou contratos realizados fora do estabelecimento. Como não existe regra sem excepção, trata-se para estes casos, da inversão do respeitado princípio de que os acordos devem ser cumpridos (*pacta sunt servanda*).

Não se levanta de forma alguma de uma desvinculação do contrato pelo consumidor por razões que se baseiem na qualidade ou defeito do produto ou serviço, não está necessariamente em causa para a situação vertente uma actuação errada por do lado do fornecedor e nem tão-pouco a omissão dos deveres que lhes são contratual ou legalmente

impostos, pois o direito a ser exercido resulta de uma situação simples e concreta – a incapacidade objectiva de concluir integralmente um negócio realizado em situações incomuns, à partir de mero contacto virtual ou sob determinada condição de pressão.

Apesar de como nos referimos, existir algum esforço legislativo em acompanhar o desenvolvimento verificado no seio da sociedade de consumo e suas vicissitudes e prever ainda que de forma tímida algumas disposições que permitem o seu exercício, dúvidas não subsistem que ele não será pleno enquanto os próprios contratos realizados sobre tais condições permanecerem sem regulação.

O que se assiste, é o recurso a lei geral como o é o caso do Código Civil e do Código Comercial para regular e resolver questões de realidades completamente peculiares. Não será suficiente e nem correcto aplicar as disposições genéricas que estabelecem regras para os contatos de compra e venda ou de prestação de serviços celebrados de forma comum, em locais apropriados para o efeito, em contratos celebrados mediante especificidades próprias.

Ainda que tal omissão seja justificada pela atribuição as partes da prerrogativa de poderem livremente celebrar, estipular e fixar os conteúdos dos contratos e produzir conteúdos que melhor respondam aos seus anseios com o suporte no princípio da autonomia privada, tal solução se considera insuficiente e incapaz de cobrir regularmente a demanda legal exigida em estas modalidades de celebração de contratos de consumo.

Por virtude do patente vazio normativo o exercício pleno do direito de retratação legalmente atribuído nos contratos de consumo há-de ser amplamente accionado porque para além do prazo de sete dias para o seu exercício atribuído pela lei, questões importantes referentes ao processo de devolução dos bens e serviços, transferência do risco, encargos com o processo, bens e serviços abrangidos e excluídos, efeitos do contrato, formalismos de comunicação da desistência, deveres indispensáveis e informações de prestação imprescindível, disposições relativas ao reembolso do valor, dentre outros importantes aspectos foram completamente ignorados. O esforço legislativo não foi para além de consagrar um ou dois artigos de cujo conteúdo é indiscutivelmente vazio.

Quando parecia que em 2017 com a aprovação da Lei de Transacções Electrónicas o legislador tivesse tomado consciência da necessidade urgente de regulação e finalmente Moçambique passaria a beneficiar de um regime exaustivo capaz de protelar as operações do comércio electrónico, verifica-se o aparecimento de instrumento cujo objecto

fulcral vê-se inicialmente confuso. Para além de não oferecer conteúdo avançado e soluções para os problemas suscitados no paragrafo anterior, vislumbra claramente do preâmbulo que o diploma visa não apenas regular o comércio electrónico bem como assegurar que as transacções electrónicas sejam efectuadas de forma segura e simultaneamente regula-se no mesmo instrumento o Governo Electrónico, ou seja, sem atribuição merecida ao comércio electrónico entanto que tal.

Deste modo, os contratos de consumo celebrados à distancia e fora do estabelecimento continuam a ser celebrados ao bel prazer dos intervenientes, através de regras arbitrárias geralmente impostas pelo próprio fornecedor que em muitos casos não se traduz em um individuo que exerce profissionalmente a actividade comercial e sim ocasionalmente, sujeitando ao consumidor frequentemente a técnicas de interpelação agressivas e em nenhuma situação oferecer condições para a devolução do bem ou cancelamento do serviço prestado quando considerar necessário.

Apesar de existirem em Moçambique, algumas plataformas digitais de comercialização electrónica como o Mais Vendas, OLX, Bazara, inúmeras páginas de lojas virtuais em páginas de redes sociais tal como o *facebook* e *instagram*, grupos de *whatsapp* muitos nos quais o ingresso dos membros sequer é consultado, anúncios publicitários televisivos ou radiofónicos, chamadas telefónicas com oferta de propostas, etc., regras básicas de contratação à distância são preteridas, não são prestadas informações referentes ao preço dos produtos ou serviços, mecanismo de entrega e o respectivo tempo, muito menos os processos a recorrer em caso de troca ou devolução. Situação não se mostra diferente para as frequentes situações de fornecedores que circulam de residência em residência, serviços e serviços ou mesmo em vias públicas na qual interpelam o consumidor com propostas para celebração de contratos sob os quais não representou, mediante atribuição de ofertas aparentemente aliciantes e modalidades de pagamentos e descontos tentadores.

É verdade, o aumento do uso de plataformas digitais para realizar transacções comerciais é uma tendência global que também se reflecte em Moçambique. No entanto, a falta de legislação específica para regular esses contratos pode gerar incertezas e desafios em caso de conflitos entre as partes.

A ausência de um arcabouço legal específico para contratos realizados *online* pode dificultar a resolução de disputas e levantar questões sobre qual legislação ou jurisdição

deve ser aplicada em casos de litígios. Isso pode criar um ambiente de insegurança jurídica para as partes envolvidas, tanto compradores quanto vendedores.

Para lidar com essa lacuna legal e garantir uma maior protecção para os consumidores e comerciantes, seria importante que Moçambique considerasse a adopção de legislação específica para regular contratos electrónicos e transacções realizadas através de plataformas digitais. Essa legislação poderia abordar questões como validade dos contratos, assinaturas electrónicas, responsabilidade das partes em caso de violação do contrato, entre outros aspectos relevantes para o comércio digital.

Além disso, promover a educação e conscientização sobre os direitos e responsabilidades das partes envolvidas em transacções *online* também seria fundamental para mitigar possíveis conflitos e proteger os interesses dos consumidores e comerciantes.

Exactamente, é crucial adoptar uma abordagem equilibrada ao analisar o direito de arrependimento nos contratos de consumo. Embora seja importante proteger os interesses dos consumidores, também é essencial considerar as preocupações e necessidades dos fornecedores. O direito de arrependimento não deve ser utilizado de forma indiscriminada ou abusiva, mas sim dentro dos limites estabelecidos pela lei ou por acordo entre as partes.

É fundamental garantir que o direito de arrependimento seja exercido de maneira justa e razoável, levando em conta as circunstâncias específicas de cada caso. Isso ajudará a evitar qualquer dano desnecessário aos fornecedores e a promover um ambiente de negócios saudável e equitativo para todas as partes envolvidas.

ii) Recomendações

Cientes de que o nosso estudo não se consubstancia num trabalho completamente esgotado sobre a uma temática tão vasta e com uma vastidão de especificidades a ela inerentes, atrevemo-nos de abaixo, deixar ficar algumas sugestões à pessoas e órgãos capazes de tomar alguma acção com o fito de paulatinamente ultrapassar o problema inicialmente colocado.

a) Ao legislador

Sendo que a questão central suscitada pelo estudo, traduz-se num vazio normativo causador de barreiras nas relações de consumo recomenda-se a Assembleia da República que:

- Aprove uma lei quadro que seja capaz de regular os contratos de consumo celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial, definindo-se com clareza as modalidades de cada um deles;
- Que haja na lei, consagração expressa e inequívoca sobre as regras aplicáveis a estas modalidades contratuais que se distingam de outras realidades contratuais gerais;
- Que sejam legalmente definidos os deveres pré e pós-contratuais que vão desde o direito a informação do produto ou serviço, os meios e modalidades de pagamento, as condições de entrega ou de prestação, as trocas ou devoluções e as respectivas consequências imediatas para os casos de incumprimento;
- Estabelecimento de normas permitam a operacionalização do direito de arrependimento consagrado em legislação de defesa do consumidor, que vão desde os requisitos para a sua realização, prazos de mecanismos de comunicação, efeitos do contrato, encargos assumidos pela desistência do contrato, prazos e meios para a devolução do valor, produtos ou serviços excluídos e formas de extinção do contrato;
- Introdução de regras que limitem o uso abusivo do direito de arrependimento e previsão das imediatas consequências nas situações de incumprimento;
- Revisão da Lei n.º 38/2016, de 31 de Agosto que aprova o Código de Publicidade por forma a que possa prever não somente a actividade publicitária no âmbito electrónico, e no domicílio por meio de correspondência ou outros, mas também regule as publicidades agressivas que se verificam fora do estabelecimento, sobretudo em vias públicas, domicílio pessoal e profissional do consumidor, etc.

- Aprovação de legislação de âmbito nacional, que regule o comércio ambulante e disponha sobre a sua realização em lugar fixo, definindo igualmente, os produtos e serviços admitidos e restringidos na área;
- Revisão da Lei n.º 3/2017, de 9 de Janeiro que aprova as Transacções Electrónicas e o Governo Electrónico por forma a que estas matérias sejam cada uma delas reguladas em instrumento próprio e insusceptível de causar interferência uma na outra;
- Aprovação de uma lei específica que regule o comércio electrónico, ajustada as exigências actuais da actividade e que esteja com consonância com as legislações regionais e internacionais;
- Enriquecimento dos instrumentos de protecção ao consumidor financeiro, por forma a protege-los sobre as formas de interpelação agressivas e previsão de normas que disciplinem os contratos celebrados fora do estabelecimento ou ainda negociados ou celebrados com o recurso técnicas de comunicação à distância;

b) Ao Executivo

Com o propósito de tornar as instituições estaduais que garantem a execução dos instrumentos normativos aprovados mais fortes, e capazes de garantir a plena execução dos referidos instrumentos, bem como, o colecta de experiência de outras realidades jurídicas mais desenvolvidas na área em causa ao Governo e entidades equiparadas sugere-se:

- Promoção de incentivos para a plena actuação de todas as instituições que directa ou indirectamente ocupam-se pela defesa dos direitos do consumidor;
- Celebração de acordos regionais e internacionais de promoção dos direitos dos consumidores, sobretudo nos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento;
- Capacitação técnica dos recursos humanos das instituições responsáveis para prevenir, mediar ou resolver os conflitos de consumo, com maior

enfoque aos advenientes de contratos celebrados por meios de comunicação à distância ou fora do estabelecimento;

- Criação de uma linha verde efectivamente funcional para a realização de denúncias, que seja capaz de responder em tempo útil as queixas sobre todo o tipo de práticas desleais no âmbito das contratações de consumo;
- Garantia de aplicação de sanções exemplares aos fornecedores que não cumprem as obrigações legal ou convencionalmente estabelecidas e aos consumidores que accionem abusivamente o direito de arrependimento;
- Licenciamento de todos os fornecedores de produtos ou serviços de comércio virtual como forma de garantir o seu controle e supervisão e consequente redução de páginas falsas de negociação;

c) As Instituições de Defesa do Consumidor

Havendo no país, instituições que se vocacionam a prevenção de violações e promoção dos direitos do consumidor temos a opinião que elas passem a:

- Actuar e deter representação em toda e extensão territorial do país, por forma a que se posicionem cada vez mais próximos dos consumidores;
- Realizar a pressão cada vez mais frequente aos órgãos com iniciativa legislativa, por forma a que àquelas estejam em condições de propor e aprovar instrumentos que acompanhem o dinamismo do comércio e respondam as práticas negociais existentes;
- Divulgar através de campanhas, promover palestras e debates que garantam a chegada de informação aos consumidores e fornecedores sobre os seus deveres, direitos e meios de sua operacionalização;
- Estabelecer departamentos ou sectores responsáveis pela conciliação e mediação eficiente dos conflitos de consumo;

d) Ao Fornecedor

Constatado que o factor causador de conflitos em matéria de contratação de consumo à distância e fora do estabelecimento não se resume e nem se esgota na ausência de previsão, mas também, em actuações desleais por parte do profissional, comerciante ou fornecedor, a este grupo recomenda-se que:

- Ao celebrar contratos em qualquer modalidade que pressuponha iminente e avultado grau de lesão aos interesses do consumidor, quer em razão inexistência de contacto físico no âmbito na negociação ou conclusão do contrato, quer pela verificação de um contacto inesperado e não permissor de adequada reflexão por parte deste, preveja sempre um período dentro do qual o consumidor possa realizar a reflexão sobre o interesse real contratar e em caso negativo, possa confortavelmente desistir, previsão esta que deve ser de integral conhecimento do consumidor;
- Se eximam de práticas que remetam a publicidade agressivas e interpelações que coloquem o consumidor numa situação de celebrar contratos sem a legítima demonstração ou manifestação absoluta de vontade;
- Prestar informações às entidades que tutelam a área comercial sobre a titularidade ou não de plataformas digitais de comercialização e em caso afirmativo, proceder antes do início de actividades o devido registo e licenciamento;
- Optem pela divulgação de toda a informação necessária para a celebração que vão desde o anúncio do preço, especificações técnicas sobre e qualidade do produto ou serviço, meios e requisitos para a devolução em caso de perda de interesse ou outra circunstância, efeitos da desistência, entre outros;
- Ofereçam estabelecimentos virtuais para a realização do comércio (páginas electrónicas) com funcionalidade eficiente, e com a existência linhas especificamente dedicadas para o atendimento ao consumidor,

sobretudo para a situações de devoluções, incluindo um formulário de simples preenchimento que facilite o exercício do direito;

- Nunca pautem pela realização de publicidades que contenham informações irreais sobre o produto ou serviço efectivamente oferecidos como forma de aliciar o consumidor para celebração do negócio;

e) Ao Consumidor

Embora o trabalho tenha como escopo matérias inerentes a protecção do consumidor, sendo por sinal a parte a quem a lei naturalmente confere o direito de arrepender-se, actuando efectivamente nas relações de consumo, torna-se legítimo que o estudo consagre igualmente a esta classe as sugestões abaixo:

- Conhecimento integral da legislação e instituições existentes que promovem os seus direitos nas relações de consumo e os protegem diante do incumprimento dos seus deveres por parte do fornecedor;
- Uma atenção mais redobrada e uma breve reflexão sobre a necessidade, viabilidade e interesse pela celebração do negócio que evitará a possibilidade elevada de arrependimento;
- O recurso ponderado ao direito de livre resolução de maneiras a não causar intencionalmente prejuízos na esfera do fornecedor, ou seja, pautar segundo regras de boa-fé desde os preliminares até a conclusão dos;
- Celebração de contratos de consumo à distância e fora de estabelecimento apenas após algum esforço de certificação de que se trata de um fornecedor devidamente autorizado para o efeito;

BIBLIOGRAFIA

Legislação

- DIÁRIO DE REPÚBLICA ELECTRÓNICO, **Código Civil**, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 47344, de 25 de Novembro de 1966, tornando extensivo à República de Moçambique pela Portaria n.º 22869.
- DIÁRIO DE REPÚBLICA ELECTRÓNICO, **Lei n.º 29/81, de 22 de Agosto**, aprova primeira Lei de Defesa do Consumidor em Portugal.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Lei n.º 8/82 de 23 de Junho**, aprova a Lei sobre Crimes Contra a Saúde Pública no âmbito da higiene alimentar, *in* Boletim da República, I série n.º 24 de 23 de Junho.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto n.º 12/82 de 23 de Junho**, estabelece Requisitos Higiénico-sanitário de Produção, Transporte e Comercialização de Géneros Alimentícios *in* Boletim da República, I série n.º 25 de 22 de Junho.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de Outubro**, aprovara Lei das Cláusulas Contratuais Gerais (LCCG), *in* Diário da República, série I n.º 246/1985 de 25 de Outubro.
- CÂMARA DOS DEPUTADOS, **Lei n.º 8.078 de 11 de Setembro de 1990**, Código de Defesa do Consumidor do Brasil.
- HONORABLE CONGRESO DE LA NACION ARGENTINA, **Lei n.º 24.240, de 22 de Setembro de 1993**, aprova a *Ley de Defensa del Consumidor (Argentina)*, posteriormente alterada pela Lei n.º 19.355, de 19 de Dezembro de 2014.
- BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO, **Lei n.º 7/1996 de 15 de Janeiro de 1996**, aprova a *"Ley de Ordenación del Comercio Minorista"*, *in* Boletín Oficial del Estado, referencia: BOE-A-1996-1072, n.º 15, DE 17 de enero de 1996.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Lei n.º 24/96 de 31 de Julho**, aprova o regime aplicável a Defesa dos Consumidores, *in* Diário da República, série I-A n.º 176/1996 de 31 de Julho.

- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Lei n.º 21/97, de 1 de Outubro**, aprova a Lei da Electricidade em Moçambique, posteriormente actualizada pela Lei n.º 12/2022, de 11 de Junho, in Boletim da República, I série, n.º 132, de 11 de Julho.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Lei n.º 6/99, de 27 de Janeiro**, aprova o Regime Jurídico da Publicidade Domiciliária por Telefone e por Telecópia, in Diário da República, n.º 22/1999, série I-A, de 27 de Janeiro.
- DIÁRIO OFICIAL, **Lei. 17.250/2000**, aprova a *Ley de Relaciones de Consumo (Uruguai)* de 17 de Agosto, in Diario Oficial n.º 25.583, serie 287-A, alterado pela da Lei n.º 19.355, de 19 de Dezembro de 2014.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Decreto-Lei n.º 143/2001, de 26 de Abril**, procede a Transposição da Directiva 97/7/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de Maio, relativa a Protecção dos Consumidores em matéria de contratos celebrados à distância, in Diário da República, n.º 97, série I-A, de 26 de Abril.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Lei n.º 15/03 de 22 de Julho**, aprova a Lei de Defesa do Consumidor em Angola, in Diário da República n.º 57, série I, de 22 de Julho.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Decreto-Lei n.º 7/2004**, de 7 de Janeiro estabelece o Regime do Comércio Electrónico e realiza a transposição da Directiva n. 2000/31/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de Junho de 2000, in Diário da República, n.º 5/2004, série I-A, de 7 de Janeiro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto n.º 65/2004 de 31 de Dezembro**, aprova o Código de Publicidade de Moçambique, posteriormente alterado pelo **Decreto n.º 38/2016, de 31 de Agosto**, in Boletim da República, n.º 52, série I, de 31 de Dezembro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Constituição da República de Moçambique**, aprovada pela Assembleia da República, em 16 de Novembro de 2004 que entrou em vigor em Janeiro de 2005, actualizada pela Lei n.º 1/2023 de 23 de Agosto, in Boletim da República, n.º 163, série I, de 23 de Agosto.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto-Lei n.º 2/2005, de 27 de Dezembro**, com alterações introduzidas pela Lei n.º 2/2009, de 24 de Abril e Decreto-Lei n.º 1/2018, de 4 de Maio, aprovou o Código Comercial, posteriormente actualizado pelo Decreto-Lei n.º 1/2022 de 25 de Maio, in Boletim da República, n.º 99, série I, de 25 de Maio.

- MINISTERO DELLE IMPRESE E DEL MADE IN ITALY, **Decreto legislativo 6 Settembre 2005, n.º 206**, actualizado pelo Decreto legislativo de 7 Marzo 2023, n. 26 aprova o *Codice Del Consumo*.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Resolução n.º 53/AM/2006, de 22 de Novembro**, estabeleceu a Postura Sobre o Comércio Ambulante em Lugar Fixo, *in* Boletim da República, n.º 47, série III, de 20 de Novembro.
- BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO, **Real Decreto Legislativo 1/2007 de 16 de Noviembre**, aborda os Requisitos para a Manifestação do Direito de Desistência, *in* *Boletín Oficial del Estado* n.º 287, referencia: BOE-A-2007-20555, de 30 de Novembro.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA **Decreto-Lei n.º 82/2008, de 20 de Maio**, procede à primeira alteração ao Decreto-Lei n.º 143/2001, de 26 de Abril, *in* Diário da República, n.º 97/2008, série I, de 20 de Maio.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Lei n.º 22/2009, de 28 de Setembro**, aprova a Lei de Defesa do Consumidor, *in* Boletim da República, n.º 48, série I, de 28 de Setembro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto-Lei n.º 1/2010, de 31 de Dezembro**, aprova o Regime Jurídico dos Seguros, *in* Boletim da República, n.º 52, série I, de 31 de Dezembro.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Directiva 2011/83/EU, de 25 de Outubro**, estabelece Regras Relativas a Informação a Facultar nos Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial, *in* Diário da República, n.º 92/2014, série I, de 24 de Fevereiro.
- SENADO FEDERAL, **PLS n.º 281/2012**, constitui o Projecto de Lei do Senado sobre o *e-commerce*, sancionado pelo Decreto n.º 7.962 de 15 de Março de 2013, *in* Câmara dos Deputados, PL n.º 3514/2015, PLS 281, 282 e 283/2012.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Lei n.º 10/2013, de 11 de Abril**, aprova a Lei da Concorrência no Exercício da Actividade Económica, *in* Boletim da República, n.º 29, série I, de 11 de Abril.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Decreto-lei n.º 24/2014 de 14 de Fevereiro**, aprova o Regime Jurídico dos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento, *in* Diário da República, n.º 32, série I, de 14 de Fevereiro.

- BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO, **Lei. n.º 3/2014, de 27 de Março**, modifica e refunde o texto da “*Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes Complementarias*, aprobado por el real decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, , in *Boletín Oficial del Estado* n.º 76, referencia: BOE-A-2014-3329, de 28 de Março.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto n.º 75/2014, de 12 de Dezembro**, aprova o Regulamento de Controlo de Tráfego de Telecomunicações, in *Boletim da República*, n.º 100, série I, de 12 de Dezembro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto n.º 27/2016, de 18 de Julho**, aprova o Regulamento da Lei de Defesa do Consumidor, in *Boletim da República*, n.º 85, série I, de 18 de Julho.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Lei n.º 4/2016, de 3 de Junho**, aprova a Lei de Telecomunicações, in *Boletim da República*, n.º 66, série I, de 3 de Junho.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto n.º 67/2017, de 1 de Dezembro**, aprova o Regulamento de `Interoperabilidade de Governo Electrónico, in *Boletim da República*, n.º 188, série I, de 1 de Dezembro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Lei n.º 3/2017, de 9 de Janeiro**, aprova a Lei de Transacções Electrónicas, in *Boletim da República*, n.º 5, série I, de 9 de Janeiro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Resolução n.º 17/2018, de 21 de Junho**, aprova a Política para a Sociedade de Informação, in *Boletim da República*, n.º 122, série I, de 21 de Junho.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Decreto-Lei n.º 78/2018 de 15 de Outubro**, altera o **Decreto-Lei n.º. 14/2014 de 14 de Fevereiro**, que estabelece o regime legal aplicável aos contratos celebrados a distância e aos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, in *Diário da República*, n.º 198/2018, série I, de 15 de Outubro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Aviso n.º 9/GBM/2018, de 19 de Outubro**, aprova os Critérios da Capacidade Creditícia dos Mutuários pelas Instituições de Crédito, in *Boletim da República*, n.º 210, série I, de 29 de Outubro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto n.º 35/2019 de 10 de Maio**, aprova o Regulamento de Transporte em Veículos Automóveis e Reboques, in *Boletim da República*, n.º 90, série I, de 11 de Maio.

- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto n.º 44/2019, de 22 de Maio**, aprova o Regulamento de Protecção do Consumidor do Serviço de Telecomunicações, *in* Boletim da República, n.º 98, série I, de 22 de Maio.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Resolução n.º 5/2019, de 20 de Junho**, ratifica a Convenção da União Africana sobre Cibersegurança e Protecção de Dados Pessoais, *in* Boletim da República, n.º 119, série I, de 20 de Junho.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto n.º 59/2019, de 3 de Julho**, aprova o Regulamento do Sistema de Certificação Digital de Moçambique, *in* Boletim da República, n.º 127, série I, de 3 de Julho.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Lei n.º 20/2020 de 31 de Dezembro**, aprova a Lei das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras, *in* Boletim da República, n.º 250, série I, de 31 de Dezembro.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA, **Lei n.º 26/21, de 18 de Outubro**, aprova Lei das Actividades Comerciais, *in* Diário da República, n.º 197, série I, de 18 de Outubro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Resolução n.º 1/TS/GP/2021, de 2 de Dezembro**, aprova o Regulamento dos Serviços de Mediação Judicial, *in* Boletim da República, n.º 36, série I, de 22 de Fevereiro.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto n.º 32/2021 de 31 de Maio**, instrumento pelo qual o Governo se desapega de um dos activos que mais gerava preocupação nas contabilidades públicas e delega ao Instituto de Gestão das Participações do Estado (IGEPE), a prerrogativa de executar a sua liquidação, *in* Boletim da República, n.º 103, série I, de 31 de Maio.
- PLANALTO, **Lei n.º 14.181, de 1 de Junho de 2021**, altera a Lei n.º 8.078, de 11 de Setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Resolução n.º 69/2021, de 31 de Dezembro**, aprova a Política de Segurança Cibernética e Estratégia da sua Implementação, *in* Boletim da República, n.º 29, série I, de 11 de Abril.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Aviso n.º 8/GBM/2021, de 22 de Dezembro**, aprovou o Código de Conduta das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras e de Protecção do Consumidor Financeiro, *in* Boletim da República, n.º 253, série I, de 31 de Dezembro.

- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto-Lei n.º 1/2022, de 25 de Maio**, aprova o Código Comercial.
- REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE, **Decreto-Lei n.º 3/2022, de 25 de Maio**, aprova o Regime Jurídico dos Contratos Comerciais, *in* Boletim da República, n.º 99, série I, de 25 de Maio.
- RÉPUBLIQUE FRANÇAISE, **Lei n.º 2024-364 de 22 Abril de 2024**, aprova o *Code de la Consommation*.

Doutrina

- ALBUQUERQUE, Pedro de, *Direito das Obrigações – Contratos em Especial*, Vol. I, Tomo I, Almedina, Coimbra, 2008.
- ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos Consumidores*, Almedina, 1982.
- ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo*, Almedina, Lisboa, 2005.
- ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *“Contrato Formal e Pré-contrato Informal”*, *In Comemorações dos 35 Anos do Código Civil*, Coimbra Editora, Coimbra, 2006.
- ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos*, Vol. I, 4ª Ed., Coimbra, Almedina, 2008.
- ALMEIDA, Vieira de e FERNANDES, Inês, (Trad.), *Comércio Electrónico na CPLP – Avaliação Preliminar acerca da Implementação de Legislação de Comercio Electrónico em Países da CPLP*, ARCTEL_CPLP, 2019.
- ANTUNES, Ana Filipe Morais, *Comentário à Lei da Cláusulas Contratuais Gerais – DL n.º 486/85*, Coimbra Editora, Coimbra, 2013.
- ANTUNES, José Engrácia), *Deveres e Responsabilidade do Intermediário Financeiro*, *In*: 56 “Cadernos do Mercado de Valores Mobiliários”, 2017.
- ANTUNES, José Engrácia, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, Revista da Ordem dos Advogados, Lisboa, 2018.
- ANTUNES, José Engrácia, *Direito do Consumo*, Almedina, Lisboa, 2019.
- ANTUNES, José Engrácia, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, Anuário da NOVA Consumer Lab – Yearbook of the NOVA Consumer Lab, Lisboa, 2019.
- ANTUNES, José Engrácia, *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, 7ª reimpressão, Coimbra, 2019.

- ASCENSÃO, José de Oliveira, ***Direito Civil Teoria Geral***, Vol. III, Coimbra Editora, Coimbra, 2002.
- ASCENSÃO, José de Oliveira, ***“O abuso do direito e o artigo 334 do CC: uma recepção transviada”***, In *Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Marcello Caetano*, Coimbra Editora, Coimbra, 2006.
- ASCENSÃO, José de Oliveira, ***“Bases para uma Transposição da Directriz n.º 00/31, de 8 de Junho (Comércio Electrónico)”*** In *Relatório, Conclusões e Parecer da Comissão de Assuntos Constitucionais, Direitos Liberdades e Garantias, Anexo 4*, publicado em Diário da Assembleia da República, II serie A, n. 79/IX/1, 2003.
- BEZERRA, Clarice Pereira da Silva, ***A Informação nas Relações de Consumo***, Lisboa, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2007.
- BRADGATE, Robert, ***Commercial Law***, 3ª Ed., Butterworths, London, 2000.
- BRITTO, Igor Rodrigues, ***“Dever de Informação nos Contratos à Distância e ao Domicílio”***, In *Estudos de Direito do Consumidor* – n.º 7, Centro de Direito do Consumo, Coimbra, 2005.
- BONI, Valdete e QUARESMA, Silvia Jurema, ***Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais***, Vol. 2, n.º 1, Revista Electrónica dos Pós-graduados em Sociologias Política da UFSC, 2005.
- CANASTRA, Fernando, HAANSTRA, Frans e VILANCULOS, Martins, ***Manual de Investigação Científica da Universidade Católica de Moçambique***, Beira, 2015.
- CARDOSO, Elionora , ***Lei de Defesa do Consumidor***, Coimbra Editora, Coimbra, 2012.
- CARVALHO, Jorge Morais (2005), ***“Transmissão da Propriedade e Transferência do Risco na Compra e Venda de Coisas Genéricas”***, Ano VI, n.º 11, In Themis - RFDUNL, 2005.
- CARVALHO, Jorge Morais, ***“Prestação de Informações nos Contratos Celebrados à Distância, in Direito Privado e Direito Comunitário – Alguns Ensaio***s, Âncora Editora, Lisboa, 2007.
- CARVALHO, Jorge Morais, ***Prestação de Informações nos Contratos Celebrados à Distância***, In: AAVV, ***“Direito Privado e Direito Comunitário – Alguns Ensaio***s”, 2007.

- CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Dissertação para o doutoramento em Direito Privado, Lisboa, 2011.
- CARVALHO, Jorge Morais, *Práticas Comerciais Desleais das Empresas Face aos Consumidores*; In: III “Revista de Direito das Sociedades”, 2011.
- CARVALHO, Jorge Morais, *Reflexão em Torno dos Contatos Promocionais com Objecto Plural*, Vol. I, In: “Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor Carlos Ferreira de Almeida”, Almedina, Coimbra, 2011.
- CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2012.
- CARVALHO, Jorge Morais e PINTO-FERREIRA, João Pedro, *Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento*, Almedina, Coimbra, , 2014.
- CARVALHO, Jorge Morais, *Legislação de Direito do Consumo*, 3ª Ed. consolidada, Almedina, Coimbra, 2016.
- CHAVES, António, *Responsabilidade Pré-Contratual*, Rio de Janeiro, 2ª Ed., revista e actualizada, São Paulo, 1997.
- CORDEIRO, António Menezes, “*Da Natureza Civil do Direito do Consumo*”: In *O Direito*, Ano 136, IV, 2004, pp. 605-640, p. 608 (reproduzido) posteriormente in *Estudos em Memoria do Professor Doutor António Marques dos Santos*, Vol. I, Almedina, Coimbra, 2005.
- CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, Tomo V, Almedina, Coimbra, 2005.
- CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português – Direito das Obrigações*, Vol. II, Tomo IV, Almedina, Coimbra, 2010.
- CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil I*, 4ª Ed, Almedina, Coimbra, 2012.
- CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português, Parte Geral*, 4 Ed., Tomo II, Almedina, Coimbra, 2014.
- CORDEIRO, António Menezes, *Revista de Direito Civil*, Ano IX, Almedina, Coimbra, 2024.

- CORREIA, Miguel Pupo, *Contratos à Distância: Uma Fase na Evolução da Defesa do Consumidor na Sociedade de Informação?* In: 4 “Estudos de Direito do Consumidor”, 2002.
- CORREIA, Miguel Pupo, Tomás, António José e Paulo, Octávio Castelo, (colaboração), ***Direito Comercial: Direito da Empresa***, 11^a ed., revista e actualizada, Lisboa, 2009.
- COSTA, Mário Júlio de Almeida, ***Direito das Obrigações***, 8^a Ed., Livraria Almedina, Coimbra, 2000.
- COSTA, Mário Júlio de Almeida, ***Direito das Obrigações***, 12^a Ed., Livraria Almedina, Coimbra, 2012.
- CUNHA, Carolina, *Métodos de Venda a Retalho Fora do Estabelecimento: Regulamentação Jurídica e Protecção do Consumidor*: Vol. IV, In DInD, 2005.
- DANIELE, Cenni, ***La formazione del contratto tra realtà e consensualità***, Padova, Cedam, 1998.
- DINIZ, Maria Helena, ***Curso de Direito Civil Brasileiro***, Vol. 3, Saraiva, São Paulo, 2008.
- DONO, João Soares, ***Teoria Geral do Direito Civil***, Escolar Editora, Luanda, 2014.
- DUARTE, Paulo, “*O Conceito Jurídico de Consumidor, segundo o art.º 2, n.º 1, da Lei de Defesa do Consumidor*” Vol. I. LXXV, In BFDUC, 1999.
- DUARTE, Rui Pinto, ***Tipicidade e Atipicidade dos Contratos***, Almedina, Coimbra, 2000.
- DUQUE, Ernesto Barera, “***Modelos de Negócios na Internet***”, In ICET, Legis, Bogota, 2002.
- FERNANDES, Luís António de Carvalho, ***Teoria Geral do Direito Civil***, 10^a Ed., Vol. I, UPC Editora, Lisboa, 2010.
- FERRARI, Afonso Trujillo, ***Metodologia de Pesquisa Científica***, Atlas, São Paulo, 1982.
- FERRIER, Didier, ***La Protection des Consommateurs***, Dalloz, Paris, 1996.
- FLORENÇA, Ânia Marques, ***O abuso do direito no Direito do Consumo***, Dissertação de Mestrado em Direito na especialidade de Ciências Jurídico-Empresariais, Universidade Nova de Lisboa, 2015.

- FONSECA, João José Saraiva da, *Metodologia de Pesquisa Científica*, UEC, Apostila, Fortaleza, 2002.
- FORGIONI, Paula Andrea , *Teoria Geral dos Contratos Empresariais*, 2ª Ed, Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, 2009.
- FRANCISCO, José Mateus (2019), *A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico Angolano*, Dissertação de Mestrado e Ciências Jurídico-Forenses, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo (orgs.), *Métodos de Pesquisa*, 1ª Ed., Editora da UFRGS, Rio Grande do Sul, 2009.
- GUIMARÃES, Maria Raquel, “*Algumas Reflexões sobre o Pagamento com Cartão de Crédito ou de Débito no Âmbito da Contratação Electrónica*”, In Temas de Direito da Informática e da Internet, Coimbra Editora, Coimbra, 2004.
- GIL, António Carlos, *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, 5ª ed., Atlas, São Paulo, 2007.
- GÓES, Maria Cláudia Chaves de Faria, *Breves Considerações sobre a Doutrina do Abuso de Direito*, Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa, 2003.
- GOMES, Orlando, *Contratos*, Forense, Rio de Janeiro, 2007.
- GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos Contratos* – Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa, 2009.
- GOLDENBERG, Mirian, *A Arte de Pesquisar*, Record, Rio de Janeiro, 1997.
- HAGUETTE, Teresa Maria Frota, *Metodologia Qualitativa na Sociologia*, 5ª Ed., Vozes, Petrópolis, 1997.
- HERCULANO, Ana Filipe Peixe, *Contratos no Domicílio e Contratos à Distância – Um Contributo para a Análise Comparativa dos Regimes*, Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa, 2009.
- JORGE, Fernando Pessoa, *Lições de Direito das Obrigações*, Edição da Associação Académica (Secção de Folhas), Vol. I ,Lisboa, 1975-1976.
- JUSTINO, Felizberto Justino, *O Regime Jurídico do Acesso a Justiça Constitucional Moçambicana - Em Fiscalização Concreta a Luz da Constituição de 2004*, Editorial Fundza, Maputo, 2018.
- LAKATOS, Eva Maria e Marconi, Marina de Andrade, *Metodologia Científica*, 2ª Ed., revista e ampliada, Atlas, São Paulo, 1991.

- LAKATOS, Eva Maria e Marconi, Marina de Andrade, *Fundamentos de Metodologia Científica*, 5ª Ed., Atlas, São Paulo, 2003.
- LARA, Beatriz Furtado, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Electrónicos de Consumo*, Centro Universitário de Brasília, 2011.
- LARROUSE, *Grande Enciclopédia Larrouse Cultura*, Nova Cultura, Vol. 7, 2004.
- LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações*, Livraria Almedina, 8ª Ed., Vol. I. Coimbra, 1980.
- LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Caveat Venditor? A Directiva 1994/44/CE do Conselho e do Parlamento Europeu sobre a Venda de Bens de Consumo e Garantias Associadas e Suas Implicações no Regime Jurídico do Contrato de Compra e Venda*, Vol. I, In: AAVV, “Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor Galvão Teles”, Almedina, Coimbra, 2002.
- LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes (2002), “*O Direito do Consumo: autonomização e configuração dogmática*”, Vol. I, In Estudos do Instituto de Direito do Consumo, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, Almedina, Coimbra, 2002.
- LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, 7ª Ed., *Direito das Obrigações*, Vol. I, Introdução a Constituição das Obrigações, Almedina, Coimbra, 2008.
- LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações – Contratos em Especial*, Vol. III, Almedina, Lisboa, 2013.
- LIMA, Pires de e Varela, Antunes, *Código Civil Anotado*, 4 Edª., Vol. I, Coimbra Editora, Coimbra, 1987.
- LOPES, Alexandre Augusto de Oliveira, *Dos Contratos de Consumo em Especial*, Academia.edu, 2015.
- LIZ, Jorge Pegado, *Introdução do Direito e a Política do Consumo*, Editorial Notícias, Lisboa, 1999.
- MACHADO, João Baptista, “*Tutela da Confiança e Venire Contra Factum Proprium*”, Vol. I, In *Obra Dispersa*, Braga, 1991.
- MARAFON, Glacio José, RAMIRES, Júlio Cesar de Lima, RIBEIRO, Miguel Ângelo, PESSÔA, Vera Lúcia Salazar (orgs.), *Pesquisa Qualitativa em Geografia: Reflexões Teórico-Conceituais e Aplicadas*, EDUERJ, Rio de Janeiro, 2013.

- MARTINEZ, Pedro Romano, *Direito das Obrigações: Parte Especial – Contratos*, Almedina, Coimbra, 2000.
- MARTINS, Catarina Guerra, *O Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo em Especial*, Dissertação de Mestrado, Universidade Lusíada do Porto, Porto, 2019.
- MEDEIROS, Maria Nascimento Borges de, *Os Contratos Celebrados à Distância no Decreto-Lei n.º 143/2011 e na Directiva 2011/83/UE*, Dissertação de Mestrado em Direito – Ciências Jurídicas e Forenses, Universidade Nova de Lisboa, 2013.
- MEIRELES, Lenima Cristina Sena de Figueiredo, *Do direito ao arrependimento nas relações de consumo*, Lisboa, 2007.
- MEIRIM, José Manuel, “*A Constituição da República e os Consumidores*”, Ano 11, n.º 44, In RMP, 1990.
- MENDES, João de Castro, *Direito Civil*, Vol. II, AAFDL Editora, Lisboa, 1995.
- MINAYO, Maria Cecília de Sousa, *O Desafio do Conhecimento. Pesquisa Quantitativa em Saúde*, HUCITEC, São Paulo, 2007.
- MINAYO, Maria Cecília de Sousa (org.), *Pesquisa Social. Teoria, Método e Criatividade*, 18ª Ed., Petrópolis, 2002.
- MIRANDA, Yara, *As Cláusulas Contratuais Abusivas em Matéria de Relações de Consumo*, In: AAVV, “Direito Privado e Direito Comunitário – Alguns Ensaaios, 2005.
- MONTEIRO, António Pinto, “*A protecção do Consumidor de Serviços Essenciais*”, Estudos de Direito do Consumidor, n.º 2, Centro de Direito do Consumo, 2000.
- MONTEIRO, António Pinto, “*Sobre o direito do consumidor em Portugal*”, Estudos do Direito do Consumo, n.º 4, 2002.
- MORAIS, Fernando Gravato, *Crédito aos Consumidores*, Almedina, Coimbra, 2009.
- OLIVEIRA, Elsa Dias, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, Almedina, Coimbra, 2002.
- PAUL, Leornard, *Direito da Publicidade em Moçambique, Anotado e Comentado, abordagem jurídica ao Decreto n. 38/2016, de 31 de Agosto*, FDS-Fim de Semana Lda., Maputo, 2017.
- PEREIRA, Alexandre Dias, “*Comercio Electrónico e Consumidor*”, In EDC, n.º 6, 2004.

- PEREIRA, Joana Duarte, ***O Direito de Arrependimento do Consumidor nos Contratos Celebrados à Distância: Um Estudo Comparado***, Dissertação de Mestrado em Direito dos Contratos e da Empresa, Universidade do Minho, 2015.
- PINTO, Carlos Alberto Mota, ***Teoria Geral do Direito Civil***, 4ª Ed., por António Pinto Monteiro e Paulo Monta Pinto, Coimbra Editora, Coimbra, 2005.
- PIZARRO, Sebastião Nobrega, ***Comércio Electrónico: Contratos Electrónicos e Informáticos***, Almedina, 2005.
- PROENÇA, José Carlos Brandão, ***A Desvinculação não Motivada nos Contratos de Consumo, Um Verdadeiro Direito de Resolução?*** Vol. I, In Revista da Ordem dos Advogados, 2010.
- RAMOS, António Gama, ***Contratos de Venda ao Domicílio: Breve Abordagem a uma Área Conflitual do Domínio dos Contratos***: In Estudos de Direito do Consumidor- n.º 4, Centro de Direito do Consumo, Coimbra, 2002.
- RAUPP, Fabiano Maury e BEUREN, Ilse Maria, ***Metodologia da Pesquisa Aplicável as Ciências Sociais***, 2006.
- REBELO, Fernanda Neves, ***O direito de livre resolução no quadro geral do regime jurídico da protecção do consumidor***, Artigo publicado “Nos 20 Anos do Código das Sociedades Comerciais, Homenagem aos Profs. Doutores A. Ferrer Correia, Orlando de Carvalho e Vasco Lobo Xavier”, vol. II, Varia, Coimbra Editora, Coimbra, 2007.
- REBELO, Fernanda Neves, ***“O Direito a Informação do Consumidor na Contratação à Distância, In Liber Amicorum Mário Fota: A Causa do Direitos dos Consumidores***, Almedina, Coimbra, 2012.
- REBELO, Fernanda Neves, ***“O Direito de Informação do Consumidor na Contratação à Distância, In Liber Amicorum Mário Fota, A causa do Direito dos Consumidores***, Almedina, Coimbra, 2015.
- RICHARDSON, Roberto Jarry et. al., ***Pesquisa Social: Métodos e Técnicas***, 3ª Ed. Revista e ampliada, Atlas, São Paulo, 2007.
- RIBEIRO, Joaquim de Sousa , ***O Problema do Contrato – As Cláusulas Contratuais Gerais e o Princípio da Liberdade Contratual***, Coimbra, Almedina, 1998.
- RODRIGUES, Cristina de Amunátegui, ***La Cláusula `Rebus Sic Stantibus***, Tritant, 2003.

- RODRIGUES, José Cunha, *“As novas fronteiras dos problemas do consumo”*, Estudos do Direito do Consumidor, Centro de Direito do Consumo, Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, Coimbra, 1999.
- RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, *O Consumidor no Direito Angolano*, Almedina, Coimbra, 2009.
- RUDIO, Franz Victor, *Introdução ao Projecto de Pesquisa Científica*, 30ª Ed., Vozes, Petrópolis, 2002.
- SÁ, Fernando Augusto Cunha de, *Abuso do Direito*, Almedina, Coimbra, 1997.
- SÁ-SILVA, Jackson Ronie, ALMEIDA, Cristóvão Domingos de e GUINDANI, José Filipe, *Pesquisa Documental: Pistas Teóricas e Metodológicas*, Revista Brasileira de História & Ciências Sociais, Ano I, n.º 1, 2009.
- SANTOS, António Raimundo dos, *Metodologia Científica: A Construção do Conhecimento*, DP&A, Rio de Janeiro, 1999.
- SEVERINO, António Joaquim, *Metodologia do Trabalho Científico*, SP: Cortez, São Paulo, 2014.
- SERENS, Manuel Nobrega, *A Proibição de Publicidade Enganosa: Defesa dos Consumidores ou Protecção (de Alguns) Concorrentes?* In: A AVV, “Comunicação de Defesa do Consumidor”, Instituto Jurídico de Comunicação, Coimbra, 1996.
- SERRA, Adriano Vaz, *“Requisitos da Responsabilidade Civil*, BMJ n.º 92, 1959.
- SILVA, Fernando dos Santos, *“Dos Contratos Negociados à Distância*, In Revista Portuguesa de Direito do Consumo, n.º 5, Coimbra, 1996.
- SILVA, João Calvão da, *Responsabilidade Civil do Produtor*, Almedina, Coimbra, 1990.
- SILVA, João Calvão da, *Venda de Bens de Consumo*, 4ª Ed., Almedina, Coimbra, 2010.
- SILVA, Marise Borba da e GRIGOLO, Tânia Maria , *Metodologia para Iniciação Científica a Prática da Pesquisa e da Extensão II*, Caderno Pedagógico, UDESC, Florianópolis, 2002.
- SOUSA, Angelica Silva de, Oliveira, Guilherme Saramago de e Alves, Laís Hilário, *A Pesquisa Bibliográfica: Princípios e Fundamentos*, Cadernos da Fucamp, Vol. 20, n. 43, 2021.

- SOUSA, Silva de, **“Contratos à Distância: O Ciberconsumidor”**, In *Estudos do Direito do Consumidor* – n.º 5, Centro do Direito do Consumo, Coimbra, 2002.
- TELLES, Inocêncio Galvão, **Manual dos Contratos em Geral**, 4ª Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2010.
- TARTUCE, Terezinha de Jesus Afonso, **Métodos de Pesquisa**, UNICE – Ensino Superior, Apostila, Fortaleza, 2006.
- TEPEDINO, Gustavo, **Temas de Direito Civil**, Renovar, 2ª triagem., Rio de Janeiro. São Paulo. Recife, 2006.
- TERRÉ, François, e YVES LEQUETTE, Phillippe Simier, **Droit Civil – Les Obligations**, 8ª Ed., Dalloz, Paris, 2002.
- TOLSADA, Mariano Yzquierdo, MENDIZÁBAL, Ingo Navaro e MÉRIDA, Maria de Pino Acosta, **Manuales Basicos**, Cálamo, Barcelona, 2005.
- TRIVIÑOS, Augusto Nibaldo Silva, **Introdução a Pesquisa em Ciências Sociais: a Pesquisa Qualitativa em Educação**, Atlas, São Paulo, 1987.
- TIMBANE, Tomas, **A Responsabilidade Pré-Contratual No Direito Moçambicano: Novos Desenvolvimentos** In Cordeiro, António Menezes, Revista de Direito Civil, Almedina, Coimbra, Ano IX, Número 2, 2024.
- VIEIRA, Daniela Nilza Teles, **Direito de Arrependimento nos Contratos de Consumo**, Dissertação de Mestrado em Direito Civil, Porto, 2015.
- VILCHES, Bianca Medeiros, **Defesa do Consumidor: Vício do Produto e o Direito de Arrependimento**, Monografia, Faculdade de Direito Presidente Prudente, São Paulo, 2011.
- WOLFGANG F. Scharz, **Shuldrech**, 9ª Ed., De Gruyter, Berlim, 1997.
- ZANELLA, Liane Carly Hermes, **Metodologia de Pesquisa**, 2ª Ed Reimpressa, UFSC, 2013.

Jurisprudência

- Relator: Mário Mangaze, Processo n.º 03/97 e Proc. n.º 37/2006, Acórdãos do Tribunal Supremo – Jurisdição Cível, de Menores e Laboral, 2009-2012 (2012), Vol. II, Tribunal Supremo, Maputo, pp. 68-73 e 284-289);

- Relator: Adelino Muchanga Processo n.º 24/2018, Acórdãos de Tribunal Supremo – Jurisdição Cível, de Menores e Laboral, 2015-2021 (2023), Vol. II, Tribunal Supremo, Maputo, pp. 421-426, no concerto a violação do dever de informação pré-contratual.

Sítios de internet

- <http://jorgemoraiscarvalho.com/publicacoes/artigos/direito-civil-direito-comercial-e-direito-do-consumo/>. Acesso em 23.11.2016;
- https://www.almedina.net/author.php?author_id=1598. Acesso em 14.06.2017;
- <http://unl-pt.academia.edu/JorgeMoraisCarvalho>. Acesso em 14.06.2017;
- https://www.scalcaldeira.com/index.php/pt/publicacoes/artigos/doc_download/361-o-dia-mundial-dos-direitos-do-consumidor. Acesso em 24.02.2022;
- www.helplinelaw.com/law/south%20africa/consumer-rights/01.php. Acesso em 24.02.2022;
- www.dti.gov.za. Acesso em 24.02.2022;
- *Trade for all - UPU: Operational Readiness for Ecommerce (ORE)*, disponível em <https://etradeforall.org/development-solution/upu-operational-readiness-for-ecommerce-ore/>. Acesso em 10.03.2024;
- <https://www.itu.int/en/ITU-D/Projects/ITU-EC-ACP/HIPSSA/Pages/default.aspx>. Acesso em 10.03.2024;
- *Ecom@Africa makes new strides*, disponível em http://news.upu.int/no_cache/nd/ecomafrika-makes-new-strides/. Acesso em 10.03.2024;
- *eTrade for all - UPU: Operational Readiness for Ecommerce (ORE)*, disponível em <https://etradeforall.org/development-solution/upu-operational-readiness-for-ecommerce-ore/>. Acesso em 10.03.2024;
- <http://www.ts.gov.mz/index.php/pt/jurisprudencia/acordaos-do-tribunal-supremo>. Acesso em 26.06.2024;
- <http://www.ts.gov.mz/index.php.pt/jurisprudencia/acordaos-dos-tribunais-superiores-de-recurso>. Acesso em 26.06.2024;
- https://www.mozcarro.com/pt#google_vignette. Acesso em 02.07.2024;

- <https://www.soboladas.co.mz>. Acesso em 02.07.2024;
- <https://recheio.co.mz/products/Default?cat=stationaries>. Acesso em 04.07.2024;
- <https://www.maisvendas.co.mz>. Acesso em 04.07.2024;
- <https://dumbanengue.co.mz>. Acesso em 04.07.2024;
- <https://buy.co.mz>. Acesso em 04.07.2024;
- <https://bazara.co.mz>. Acesso em 04.07.2024.

APÊNDICE

Guião de entrevista realizada com os consumidores:

1. Já em algum momento da vida adquirido algum bem ou contrato determinado serviço comum ou financeiro com o recurso a técnicas de comunicação a distância ou fora do estabelecimento?
2. Quais são as formas mais habituais de interpelação adoptadas pelos profissionais para oferta de uma proposta fora do estabelecimento?
3. Os bens adquiridos à distância corresponderam as suas expectativas no que se refere as qualidades, dimensões e especificações?
4. Uma vez recebido o bem ou serviço contratado à distância ou fora do estabelecimento, teve alguma vez vontade de devolve-los?
5. O vendedor do bem ou prestador de serviço, trata-se de um profissional habitual ou ocasional?
6. O fornecedor do bem ou prestador de serviço, oferece alguma possibilidade de aceitar a devolução dos produtos ou cancelamento da prestação do serviço?
7. Já terá sido contactado por algum trabalhador do banco a oferecer algum serviço financeiro?
8. Precisou deslocar-se a agência bancária para que o contrato se considerasse celebrado?
9. Qual a reacção do vendedor ou fornecedor a quando do accionamento do direito de arrependimento?
10. Há quem cabe suportar as despesas relacionadas com o cancelamento do contrato?

Guião de entrevista realizada com os comerciantes/vendedores/fornecedores:

1. Considera-se um comerciantes/vendedor/fornecedor profissional ou ocasional?
2. Para além das vendas realizadas pelas vias comuns, tem algum outro mecanismo de comercialização dos produtos ou serviços?
3. Quais são as técnicas de publicidade adoptadas na abordagem a consumidor?
4. Tem alguma loja virtual de comercialização ou adoptado ofertas de contratação em local diverso do estabelecimento comercial?
5. Existem possibilidades de devoluções ou cancelamento do negócio caso o consumidor tenha perdido interesse pelo produto ou serviço prestado?
6. Há quem incumbe suportar as despesas relacionadas com o envio do produto objecto do contrato?
7. Existe algum formulário adequado a ser preenchido pelo consumidor caso nele se desperte o desejo de desistir do acordo?
8. Para que um contrato de financiamento se considere concluído, existe necessidade e o consumidor financeiro deslocar-se a uma agência bancária?
9. Quem deve suportar as despesas relativas a desistência de um contrato de financiamento e que assume os riscos?
10. Considera ou não agressivas as formas de interpelação ao consumidor sobre as propostas contratuais.

Guião de entrevista realizada com os administradores/gestores de lojas virtuais

1. A página virtual sob a qual gere é credenciada para a actividade de comércio electrónico?
2. Existe na página alguma linha dedicada de assistência aos consumidores antes e depois da venda de um produto ou contratação de um serviço?
3. A loja electrónica fornece algum mecanismo integrado para o pagamento seguro dos produtos ou serviços?
4. Uma vez celebrado o contrato, pode o consumidor efectuar a devolução do bem ou cancelamento da prestação do serviço?
5. Realizando-se o cancelamento do contrato, a administração participa do processo de devolução do bem e reembolso do dinheiro?

Guião de entrevista realizada com os técnicos dos serviços de mediação judicial

1. Desde que os serviços de mediação entraram em funcionamento têm recebido utentes com conflitos em matéria de consumo?
2. O técnico dos serviços de mediação detém competências para dirimir conflitos advenientes das relações de consumo?
3. O serviço de mediação judicial tem prerrogativa de vincular as partes com as decisões pela instituição tomadas?
4. Se as partes não encontram consenso para a solução sugerida pela mediação podem não a acolher?
5. Concluído o processo de mediação, havendo consenso ou impasse, culmina com a produção de uma sentença com força judicial?