

DOS CONTRATOS DE CONSUMO EM ESPECIAL

Por José Engrácia Antunes

SUMÁRIO:

§1. Introdução. §2. **Contratos de Compra e Venda de Bens de Consumo.** 1. Noção. 2. Requisitos. 3. Cumprimentos. 4. Garantias. §3. **Contratos Fora do Estabelecimento Comercial.** 1. Noção. 2. Requisitos. 3. Modalidades. 4. Regime. §4. **Contratos à Distância.** 1. Noção. 2. Requisitos. 3. Modalidades. 4. Regime. §5. **Contratos Eletrónicos B2C.** 1. Noção. 2. Requisitos. 3. Negociação. 4. Formação. 5. Forma e Prova. 6. Outros Aspetos. §6. **Contratos de Prestação de Serviços Públicos Essenciais.** 1. Noção. 2. Modalidades. 3. Requisitos. 4. Regime. §7. **Contratos de Crédito ao Consumo.** 1. Noção. 2. Requisitos. 3. Negociação e Formação. 4. Conteúdo. 5. Cumprimento. §8. **Contratos Turísticos.** 1. Noção. 2. Viagem Organizada. 3. Habitação Periódica. 4. Alojamento Turístico. 5. Alojamento Local. 6. “Catering”. **Abreviaturas**

§1. Introdução

I. Define-se genericamente como *contrato de consumo* o contrato concluído entre um consumidor e um empresário ou profissional, que tem por objeto um bem, serviço ou direito destinado a um uso não profissional por parte do primeiro.

II. Tal como os contratos comerciais são um instituto jurídico central do Direito Comercial⁽¹⁾, também assim os contratos de consumo se

(1) Sobre os contratos comerciais, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 5.^a reimp., Almedina, Coimbra, 2017.

encontram em pleno *cerne* do Direito do Consumo: como sublinha CHRISTIAN ALEXANDER, “o contrato constitui o instrumento jurídico do processo económico em mercado e a proteção do consumidor no e através do direito contratual representa o cerne do direito do consumo”⁽²⁾. O estudo dos contratos de consumo implica a consideração simultânea da sua disciplina jurídica própria ou comum (contratos de consumo em geral) e dos diversos tipos contratuais singulares existentes (contratos de consumo em especial). Depois de em trabalho anterior termos já analisado o regime geral da contratação de consumo⁽³⁾, o presente estudo versará sobre a inventariação e a análise dos *contratos de consumo em especial*⁽⁴⁾. Tal inventariação, todavia, deve ter presente previamente duas importantes condicionantes metodológicas.

III. Por um lado, tendo como contraparte natural um empresário, os contratos de consumo são frequentemente também, “ex definitione”, verdadeiros e próprios *contratos comerciais*. Com efeito, pese embora a legislação nacional tenha construído a contraparte contratual com recurso ao conceito mais amplo de “profissional” (art. 2.º, n.º 1 da LDC), constitui um dado insofismável que a esmagadora maioria dos contratos consumeristas correspondem hoje a negócios celebrados entre empresários e consumidores⁽⁵⁾: como é sabido, uma boa parte destes contratos é celebrada entre uma empresa — creditícia, seguradora, de investimento ou transpor-

(2) *Verbraucherschutzrecht*, 11, Beck, München, 2015.

(3) Cf. ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, in: 96 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2018), em publicação.

(4) CARVALHO, J. MORAIS, *Manual de Direito de Consumo*, 197 e ss., 5.ª ed., Almedina, Coimbra, 2018; FROTA, ÂNGELA, *Dos Contratos de Consumo em Especial: Colectânea de Legislação*, Coimbra Editora, Coimbra, 2000.

(5) ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Conceito Jurídico de Consumidor*. Esta proeminência natural (embora não necessária ou exclusiva) da figura do empresário, como contraparte contratual consumerista, é reconhecida pacificamente na generalidade da *doutrina*, nacional ou estrangeira. Assim, entre nós, C. FERREIRA DE ALMEIDA afirma que “quase todos os textos (legais) caracterizam os contratos de consumo (...) como contratos celebrados entre um consumidor e uma empresa (ou profissional)” (*Direito do Consumo*, 87, Almedina, Coimbra, 2005), pelo que “a generalidade dos contratos de consumo corresponde, nas ordens jurídicas onde a classificação jurídica existe, ao perfil dos atos de comércio, quase sempre por força da qualidade de comerciante do fornecedor que confere ao contrato a qualificação de ato de comércio unilateral ou misto” (*op. cit.*, 200). Na literatura estrangeira, sublinha LEOPOLDO SAMBUCCI, que “é hoje claro que os contratos de consumo são, ao mesmo tempo, «contratos de empresa»” (*Il Contratto dell'Impresa*, 65, Giuffrè, Milano, 2002). Existem mesmo *legislações* onde esta proeminência da figura do empresário nos contratos de consumo foi objeto de consagração expressa: vejam-se assim, por exemplo, o § 1 da “Konsumentenschutzgesetz” austríaca, os §§13 e 14 do “Bürgerliches Gesetzbuch” alemão, o sec. 2(2) do “Consumer Rights Act” inglês e a sec. 2-103 (1) (c) do “Uniform Commercial Code” norte-americano.

tadora — e um consumidor — o cliente, o segurado, o investidor ou o transportado⁽⁶⁾. Isso explica que uma boa parte da 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, ou os contratos de transporte, entroncando no regime juscomercial geral destes últimos⁽⁷⁾.

IV. Por outro lado, o regime jurídico das relações de consumo tem uma natureza *abstracta*, e não causal, no sentido em que é apto a aplicar-se a uma pluralidade indeterminada 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 (subjetivos, objetivos, teleológicos) caraterísticos das relações jusconsumeristas previstos no art. 2.º da LDC, qualquer negócio jurídico, típico ou atípico, poderá constituir um contrato de consumo.

V. Por estas razões, não se pode falar, com plena propriedade, dos contratos de consumo como um setor autónomo ou uma “classe” específica de contratos, nem tão pouco pretender proceder a uma inventariação exaustiva dos mesmos⁽⁸⁾. Tudo o que é possível — e faremos em seguida — é destacar e analisar, de um modo sucinto, as *principais figuras contratuais do mundo do consumo*, ou seja, alguns dos tipos legais ou sociais de contrato que maior frequência ou relevo possuem no domínio das relações consumeristas. São eles:

- os *contratos de compra e venda de bens de consumo*;
- os *contratos celebrados fora do estabelecimento comercial*;
- os *contratos à distância*;

(6) Sobre os contratos de consumo como contratos comerciais mistos ou unilateralmente comerciais, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 72 e ss., reimpressão, Almedina, Coimbra, 2017.

(7) Esta ligação tendencial entre os contratos comerciais e de consumo — quase como 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 jusconsumeristas especiais: assim sucede, apenas para um exemplo, com o contrato de crédito ao consumo (cf. *infra* § 7).

(8) Tal como o direito do consumo não é um “direito de classe”, respeitando a categoria autónoma ou própria de sujeitos (ALMEIDA, C. FERREIRA, *Direito do Consumo*, 44 e ss., Almedina, Coimbra, 2005; LIZ, A. PEGADO, *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*, 216 e ss., Ed. Notícias, Lisboa, (1999), também assim os contratos de consumo não são uma “classe” ou categoria autónoma de contratos: parafraseando a celeberrima e estafada tirada de J. FITZGERALD KENNEDY, se “todos somos consumidores”, então todos os contratos são (ou podem ser, em abstrato) de consumo.

- os *contratos eletrónicos B2C*;
- os *contratos de prestação de serviços públicos essenciais*;
- os *contratos de crédito ao consumo*, e
- os *contratos turísticos*.

§2. Contratos de Compra e Venda de Bens de Consumo

1. Noção

I. Designa-se por compra e venda de bens de consumo (“sale of consumer goods”, “Verbrauchsgüterkaufe”, “vente de biens de consommation”, “vendita dei beni de consumo”, “compraventa de bienes de consumo”) o *contrato de compra e venda celebrado entre um empresário/profissional e um consumidor que tenha por objeto um bem imóvel ou móvel corpóreo*⁽⁹⁾.

II. A figura e o regime legal dos contratos de compra e venda de bens de consumo encontram-se previstos no Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril, o qual, tendo vindo transpor a Diretiva 1999/44/CE, de 25 de maio⁽¹⁰⁾ e em linha com as demais legislações europeias congéneres⁽¹¹⁾, aprovou a chamada *Lei da Venda de Bens de Consumo* (LVBC). Entre os aspetos fundamentais desse regime legal, estão a noção e os requisitos do

⁽⁹⁾ Sobre esta figura, *vide* CARVALHO, J. MORAIS, *Direitos do Consumidor na Compra de Bens de Consumo*, in: 12 “Estudos de Direito do Consumidor” (2017), 35-74; PINTO, A. MOTA, *Venda de Bens de Consumo e Garantias: O Direito Vivido nos Tribunais*, in: AAVV, “I Congresso de Direito do Consumo”, 189-209, Almedina, Coimbra, 2016; LEITÃO, L. MENEZES, *O Novo Regime da Venda de Bens de Consumo*, in: II “Estudos do Instituto de Direito do Consumo” (2005), 37-73; LIZ, J. PEGADO, *Acerca das Garantias na Venda de Bens de Consumo*, in: I “Forum Instituitiae” (2000), 50-56; SILVA, J. CALVÃO, *Venda de Bens de Consumo*, 4.ª ed., Almedina, Coimbra, 2010. Noutros quadrantes, GARCÍA, J. AVILEZ, *Los Contratos de Compraventa de Bienes de Consumo*, Ed. Comares, Madrid, 2007; MANTOVANI, PAOLA, *La Vendita dei Beni di Consumo*, Ed. Scientifiche Italiana, Milano, 2009; SOYKA, JULIA, *Der Verbrauchsgüterkauf: Anwendungsbereich und Umgehungsprobleme*, Nomos, Baden-Baden, 2011.

⁽¹⁰⁾ Sobre esta Diretiva e sua transposição para o direito português, *vide* LEITÃO, L. MENEZES, *Caveat Venditor? A Directiva 1999/44/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 I. Galvão Telles”, Vol. I, 263-303, Almedina, Coimbra, 2002; PINTO, P. MOTA, *Conformidade e Garantias na Venda de Bens de Consumo. A Directiva 1999/44/CE e o Direito Português*, in: 2 “Estudos de Direito do Consumidor” (2000), 197-331.

⁽¹¹⁾ HOWELLS, GERAIN/TWIGG-FLESNER, CHRISTIAN/MICKLITZ, HANS/LEI, CHEN (eds.) *Comparative Consumer Sales Law*, Routledge, London, 2017.

contrato (subjeto e objetivo), o cumprimento do contrato (conformidade do bem), e os direitos do consumidor (garantias legais e voluntárias).

2. Requisitos

I. Quanto à figura contratual propriamente dita, importa distinguir os requisitos relativos aos seus sujeitos (requisitos subjetivos) e ao seu objeto (requisitos objetivos).

II. Quanto aos *requisitos subjetivos*, estão aqui abrangidos os contratos celebrados entre empresários/profissionais e consumidores: ou seja, os contratos pelos quais uma pessoa singular ou coletiva (“vendedora”), no exercício profissional da respetiva atividade económica e lucrativa, vende bens (ou celebra outros negócios equiparados) a outra pessoa (“consumidor”) para uso privado ou não profissional desta última (art. 1.º-B, *a*) e *c*) da LVBC). Estão assim excluídas as compras e vendas puramente civis (entre consumidores: v.g., venda de um bem usado entre meros particulares), puramente comerciais (entre empresários), ou invertidas (entre consumidor-vendedor e empresário-comprador)⁽¹²⁾.

III. Já quanto aos seus *requisitos objetivos*, a delimitação é mais complexa, envolvendo a consideração simultânea de objetos relevantes, excluídos e equiparados. Entre os primeiros (objetos *relevantes*), a lei é clara em considerar aqui abrangidos os bens imóveis — v.g., prédios rústicos, prédios urbanos, as respetivas partes integrantes — e os bens móveis corpóreos — incluindo todo o tipo de bens materiais, duradouros ou consumíveis (v.g., mobiliário, alimentos, etc.), sujeitos ou não a registo (v.g., automóveis, navios), fontes de energia (v.g., contratos de fornecimento de eletricidade, de gás, etc.) —, independentemente de se tratar de bens novos ou em segunda mão [arts. 1.º-B, *b*) e 5.º, n.º 2 da LVBC]⁽¹³⁾ e independentemente de o bem ser posteriormente transmitido a um terceiro (art. 6.º, n.º 4 da LVBC)⁽¹⁴⁾. Em contrapartida, devem considerar-se como objetos

⁽¹²⁾ Sobre as vendas de bens de consumo entre sujeitos domiciliados e sediados em diferentes países, GUIMARÃES, M. RAQUEL, *A Compra e Venda “Transnacional” de Bens de Consumo*, in: 1 “Revista Electrónica de Direito” (2013), 1-19.

⁽¹³⁾ PRATA, ANA, *Venda de Bens Usados no Quadro da Diretiva 1999/44/CE*, 147, in: II “Themis — Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa” (2001), 145-153.

⁽¹⁴⁾ Desde que o terceiro preencha os requisitos da qualidade de consumidor, ele poderá também beneficiar da proteção conferida pelo regime legal em circunstâncias idênticas às do titular origi-

excluídos ou irrelevantes para estes efeitos todos os demais, incluindo os bens incorpóreos (v.g., obras literárias e artísticas, criações de aplicação industrial, etc.), os serviços (ressalvadas as exceções previstas na lei: cf. art. 1.º-A, n.º 2, art. 34.º, n.º 3 do RJACSR), e os direitos⁽¹⁵⁾. Finalmente, alargando consideravelmente o âmbito de aplicação do regime legal, foram ainda considerados como *equiparados* os contratos de empreitada de consumo (art. 1.º-A, n.º 2 da LVBC)⁽¹⁶⁾, de prestação de serviços em que sejam fornecidos bens de consumo (art. 1.º-A, n.º 2 da LVBC) e de serviços regulados pelo RJACSR (art. 34.º, n.º 3), e ainda de locação de bens de consumo, v.g., arrendamento, aluguer, “leasing”, ALD (art. 1.º-A, n.º 2 da LVBC), devendo ainda ter-se por implicitamente abrangidos certos contratos mistos de compra e venda de bens de consumo, v.g., bens com serviços de instalação pelo vendedor (art. 2.º, n.º 4 da LVBC), e outros contratos onerosos de transmissão de bens de consumo, “*maxime*”, troca de bens de consumo (“*ex vi*” do art. 939.º do CCivil)⁽¹⁷⁾.

3. Cumprimento

I. Em matéria de cumprimento do contrato, assume relevância central o conceito de *conformidade com o contrato* (“conformity with the contract”, “Vertragsmäßigkeit”, “conformité au contrat”). Tal conceito — que se vem transformando num conceito-chave do regime do cumprimento dos contratos de consumo e até dos próprios contratos comerciais em geral⁽¹⁸⁾

nário, mormente para efeitos de prazos de garantia: cf. Acórdão do STJ de 28-IX-2010 (FERREIRA DE ALMEIDA), *in*: <www.dgsi.pt>.

⁽¹⁵⁾ Alguma doutrina tem considerado que esta exclusão abrange todos os bens incorpóreos ou imateriais, inclusive quando estes se encontrem num suporte material (v.g., CD ou DVD de “software” informático, jogos, música, vídeos, etc.): cf. PINTO, P. MOTA, *Conformidade e Garantias na Venda de Bens de Consumo. A Directiva 1999/44/CE e o Direito Português*, 217, *in*: 2 “Estudos de Direito do Consumidor” (2000), 197-331.

⁽¹⁶⁾ Particularmente relevante na “praxis” comercial e judicial: cf. CABINDA, H. ANDRÉ, *Empreitada para Consumo*, Universidade Católica Editora, Lisboa, 2015; MARIANO, J. CURA, *Responsabilidade Contratual do Empreiteiro pelos Defeitos da Obra*, 3.ª ed., Almedina, Coimbra, 2013; MARTINEZ, P. ROMANO, *Empreitada de Bens de Consumo*, *in*: II EIDC (2005), 11-35; na jurisprudência, *vide* os Acórdãos do STJ de 1-X-2015 (ABRANTES GERALDES) e de 14-X-2010 (ÁLVARO RODRIGUES), ambos *in*: <www.dgsi.pt>; o Acórdão da RL de 30-VI-2011 (M. JOÃO AREIAS), *in*: <www.dgsi.pt>; e os Acórdãos da RC de 21-IV-2015 (BARATEIRO MARTINS), *in*: <www.dgsi.pt>, e de 12-I-2016 (JORGE ARCANJO), *in*: XLI CJ (2016), I, 280-280.

⁽¹⁷⁾ É discutido na doutrina a aplicabilidade do regime legal a outros casos, designadamente às vendas de bens de consumo no quadro de processo executivo: sobre tal questão, SILVA, J. CALVÃO, *Venda de Bens de Consumo*, 61 e ss., 4.ª ed., Almedina, Coimbra, 2010.

⁽¹⁸⁾ Sobre o relevo e a função deste conceito nos contratos de consumo em geral, *vide* ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, em curso de publicação.

— foi expressamente acolhido pelo art. 2.º, n.º 1 da LVBC, ao dispor que “o vendedor tem o dever de entregar ao consumidor bens que sejam conformes com o contrato de compra e venda”⁽¹⁹⁾.

II. Em sede geral, tal obrigação do vendedor significa que os bens de consumo objeto do contrato *devem possuir as características acordadas pelos contraentes (qualidade, quantidade, tipo, etc.), ser funcionalmente adequados às utilizações habituais de bens idênticos e servir as finalidades específicas a que se destinam.*

III. A lei consagrou um elenco de *presunções* indiciárias, de natureza absoluta ou “iuris et de iure”, da desconformidade contratual, consubstanciadas em parâmetros ou circunstâncias cuja verificação é suficiente para integrar inilidivelmente um incumprimento por parte do vendedor⁽²⁰⁾. “Primus”, a falta de conformidade do bem vendido com “a descrição que deles é feita pelo vendedor” [art. 2.º, n.º 1, a), “*ab initio*”, da LVBC]: saliente-se que aqui se incluem as declarações de vontade ou de ciência, dirigidas ao público consumidor através de anúncios publicitários ou qualquer outra forma de comunicação comercial com o comprador, ressalvado o caso de descrições genéricas ou subjetivas que um declaratório normal não pudesse ter razoavelmente tomado como característica ou qualidade do bem (“*maxime*”, publicidade hiperbólica: v.g. o “melhor gelado do mundo”)⁽²¹⁾. “Secundus”, a falta de conformidade “com as qualidades do bem que o vendedor tenha apresentado ao consumidor como amostra ou modelo” [art. 2.º, n.º 1, a), “*in fine*” da LVBC]: por exemplo, quando o bem vendido não é idêntico ao da foto-

(19) Sobre a figura e seus requisitos, *vide* ASSUNÇÃO, A. FILIPA, *Os Direitos do Consumidor em Caso de Desconformidade do Bem com o Contrato na Compra e Venda de Bens de Consumo*, Diss., Universidade Nova, Lisboa, 2016; CARVALHO, J. MORAIS, *Direitos do Consumidor em Caso de Falta de Conformidade do Bem com o Contrato*, in: 145 “Revista de Legislação e de Jurisprudência” (2016), 237-248; PINTO, P. MOTA, *Conformidade e Garantias na Venda de Bens de Consumo*, in: 2 “Estudos de Direito do Consumidor” (2000), 197-331; SILVA, J. CALVÃO, *Venda de Bens de Consumo*, 80 e ss., 4.ª ed., Almedina, Coimbra, 2010.

(20) Ao invés do legislador europeu (cf. art. 2.º da Diretiva 1999/44/CE), que presumiu a conformidade do bem com o contrato no caso de todos os referidos parâmetros se encontrarem preenchidos (embora sem prejuízo de o consumidor vir ainda a ilidir tal presunção provando a desconformidade contratual com outros fundamentos), o legislador português presumiu a não conformidade contratual se algum desses parâmetros se verificar (sem possibilidade de o vendedor elidir a desconformidade mediante prova em contrário): por outras palavras, no lugar de critérios necessários de uma presunção relativa de conformidade, os critérios do art. 2.º da LVBC funcionam como *critérios suficientes de uma presunção absoluta de desconformidade*.

(21) Cf. ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Direito da Publicidade — Uma Introdução*, 796, in: XCIII “Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra”, (2017), 771-848.

grafia de catálogo ou ao modelo em exibição que este mostrou diretamente ao comprador [podendo tal integrar ainda uma prática comercial desleal e contratual abusiva: cf. art. 8.º, *h*) da LPCD, art. 21.º, *c*) da LCCG]⁽²²⁾. “*Tertium*”, a falta de adequação “ao uso específico para o qual o consumidor os destine” [art. 2.º, n.º 1, *b*) da LVBC]: por tal entende-se aquele uso ou aplicação particular que, não se podendo considerar abrangido pelas suas aplicações habituais, tenha sido objeto de acordo prévio, expresso ou tácito, entre comprador e vendedor (v.g., a utilização de um “*segway*” dentro da residência do comprador). “*Quartus*”, a falta de adequação “às utilizações habitualmente dadas aos bens do mesmo tipo” [art. 2.º, n.º 1, *c*) da LVBC]: aqui se abrangem todos os usos e aplicações que permitem retirar do bem vendido todas as suas utilidades objetivas próprias e normais (v.g., leitura e anotações no caso de livro, múltiplas funcionalidades informáticas e comunicacionais num computador, etc.). “*Quintus*”, e por último, a falta das “qualidades e o desempenho habituais nos bens do mesmo tipo” [art. 2.º, n.º 1, *d*) da LVBC]: estão aqui em causa as propriedades, atributos e características identitárias do próprio bem vendido, com que o comprador poderia razoavelmente contar atendendo à natureza do bem concreto (v.g., um automóvel deve funcionar tanto em climas frios como quentes) ou até às declarações públicas ou promocionais objetivas do vendedor (v.g., um automóvel usado vendido “em stand” que o anuncia como novo e que deixa de funcionar dias depois da sua entrega)⁽²³⁾.

IV. A disciplina legal da conformidade contratual completa-se com a previsão da sua extensão aos *contratos mistos* de venda e prestação de serviços de bens de consumo — nos casos em que a desconformidade resulta de deficientes instalação ou instruções da responsabilidade do vendedor (art. 2.º, n.º 4 da LVBC) —, da *transferência do risco* no momento da respetiva entrega — respondendo o vendedor por qualquer falta de conformidade do bem existente no momento em que o bem foi entregue ao com-

(22) Sobre a venda sob amostra, vide SENDIN, P. MELERO, *Compra e Venda Comercial por Amostra, por Qualidade Conhecida no Comércio e sob Exame*, in: “Estudos em Honra do Prof. Doutor J. Oliveira Ascensão”, Vol. II, 1113-1157, Almedina, Coimbra, 2008; na jurisprudência, vide os Acórdãos do STJ de 11-XII-1970 (CAMPOS DE CARVALHO), in: 202 BJM (1971), 223-228, de 31-V-1990 (ALBERTO BALTAZAR), in: 397 BJM (1990), 512-517, e de 12-VI-1991 (TATO MARINHO), in: 408 BJM (1991), 603-607.

(23) Sobre a relevância contratual das mensagens publicitárias, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 119 e ss., reimpressão, Almedina, Coimbra, 2017; ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Direito da Publicidade*, 798, in: XCIII “Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra” (2017), 771-848.

prador (art. 3.º, n.º 1 da LVBC)⁽²⁴⁾ — e do *onus da alegação e prova* da desconformidade — bastando ao comprador-consumidor alegar e provar o facto em que se consubstancia a desconformidade do bem (“*maxime*”, funcionamento deficiente) exceto no caso de desconformidades que, no momento da entrega, lhe sejam imputáveis, “*maxime*”, por decorrer de materiais por si fornecidos (v.g., projeto arquitetónico deficiente fornecido pelo dono da obra ao empreiteiro) ou que aquele não podia razoavelmente ignorar, “*maxime*”, por serem ostensivas ou notórias (v.g., compra de automóvel usado com vidros partidos) (art. 2.º, n.º 3 da LVBC)⁽²⁵⁾.

4. Garantias

I. Finalmente, funcionando como o outro lado da moeda do (in)cumprimento contratual, estão os *direitos do consumidor*, de natureza legal (garantias legais: cf. arts. 4.º a 8.º da LVBC) e de natureza voluntária (garantias comerciais: cf. art. 9.º da LVBC)⁽²⁶⁾.

II. Quanto aos primeiros (*garantias legais*), de longe os mais importantes, o princípio geral é o de que a falta de conformidade da prestação debitória com o contrato investe o consumidor/comprador numa série de garantias legais exercitáveis em face do empresário (ou profissional)/vendedor. Tais garantias consistem num feixe de direitos especiais — o direito à reparação do bem desconforme, o direito à substituição do bem desconforme, o direito à redução do preço, e o direito à resolução do contrato (art. 4.º da LVBC) — e, cumulativamente, num direito de indemnização por perdas e danos (art. 12.º, n.º 1 da LDC, art. 798.º do CCivil).

(24) VASCONCELOS, M. PESTANA, *Considerações sobre a Transferência do Risco na Venda de Bens de Consumo*, in: “Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor Heinrich Ewald Hörster”, 463-478, Coimbra, Almedina, 2012.

(25) MARTINEZ, P. ROMANO, *Empreitada de Bens de Consumo*, 29, in: II “Estudos do Instituto de Direito do Consumo” (2005), 11-35; Acórdão da RL de 24-II-2012 (LUÍS LAMEIRAS), in: <www.dgsi.pt>.

(26) Sobre estes direitos ou garantias, vide ATAÍDE, R. MASCARENHAS, *Direitos e Garantias do Comprador: Meios de Tutela*, in: V “Estudos de Direito do Consumo” (2017), 149-171; CARVALHO, J. MORAIS, *Direitos do Consumidor na Compra de Bens de Consumo*, in: 12 “Estudos de Direito do Consumidor” (2017), 35-73; LEITÃO, L. MENEZES, *O Novo Regime da Venda de Bens de Consumo*, 57 e ss., in: II “Estudos do Instituto de Direito do Consumo” (2005), 37-73; SILVA, J. CALVÃO, *Venda de Bens de Consumo*, 104 e ss., 150 e ss., 4.ª ed., Almedina, Coimbra, 2010. Noutros quadrantes, IURILLI, CRISTIANO, *Le Garanzie Legali e Commerciali nella Vendita di Beni di Consumo*, in: LII “Giurisprudenza Commerciale” (2002), 271-289.

III. É objeto de controvérsia na doutrina e jurisprudência portuguesas a existência ou não de uma ordem de hierarquia entre aqueles direitos especiais⁽²⁷⁾. Nos termos do art. 4.º, n.º 5 da LVBC, o princípio geral é o de que o consumidor é livre de exercer em alternativa um qualquer desses direitos, escolhendo aquele que melhor serve os seus interesses, salvo com os limites decorrentes da natureza das coisas (v.g., reparação de eletrodoméstico totalmente destruído por explosão) ou do abuso de direito (fundamental para prevenir exercícios arbitrários e desproporcionados por parte do comprador, em ostensiva lesão dos legítimos interesses do vendedor)⁽²⁸⁾.

IV. A garantia legal de conformidade tem a duração de dois e cinco anos a contar da data da entrega do bem consoante se trate, respetivamente, de coisa móvel ou imóvel (art. 5.º, n.º 1 da LVBC), presumindo-se que quaisquer desconformidades manifestadas durante esse período existiam já na data da entrega (art. 3.º, n.º 2 da LVBC): sob pena de caducidade dos direitos que lhe assistem (art. 5.º, n.º 1 da LVBC), impõe-se que o comprador proceda à denúncia da desconformidade do bem vendido no prazo de 2 meses (bem móvel) ou 1 ano (bem imóvel) a partir da data em que a tenha detetado (art. 5.º-A, n.º 2) e que exerça, judicial ou extrajudicialmente, tais direitos dentro do prazo de 2 anos (bem móvel) ou 3 anos (bem imóvel) a contar da data da denúncia (art. 5.º-A, n.º 3)⁽²⁹⁾. Aspeto relevante é o alargamento do âmbito subjetivo da garantia legal do consumidor: ilustração eloquente da crescente

(27) Sobre a questão, entre outros, LEITÃO, L. MENEZES, *O Novo Regime da Venda de Bens de Consumo*, 58 e ss., in: II “Estudos do Instituto de Direito do Consumo” (2005), 37-73; MORAIS, F. GRAVATO, *A Alternatividade dos Meios de Defesa do Consumidor no Caso de Desconformidade da Coisa com o Contrato de Compra e Venda*, in: “Liber Amicorum Mário Frota”, 155-169, Almedina, Coimbra, 2012; SILVA, J. CALVÃO, *Venda de Bens de Consumo*, 105, 4.ª ed., Almedina, Coimbra, 2010. No primeiro dos sentidos (sustentando que o consumidor deverá exercer primeiro os direitos que permitem a manutenção do negócio), vide os Acórdãos do STJ de 15-II-2005 (LUCAS COELHO) e de 13-XII-2007 (FONSECA RAMOS); no último dos sentidos (sustentando a liberdade de escolha), vide os Acórdãos do STJ de 5-V-2015 (JOÃO CAMILO) e de 9-XI-2010 (URBANO DIAS), todos in: <www.dgsi.pt>.

(28) Sobre o relevo do abuso de direito nas relações de consumo, vide FLORENÇA, Â. MARQUES, *O Abuso do Direito no Direito do Consumo*, Diss., Universidade Nova de Lisboa, 2015. No caso específico das vendas de bens de consumo, vide ALVES, M. SANTOS, *Os Direitos dos Consumidores em Caso de Desconformidade da Coisa Comprada e Sua Articulação com o Abuso de Direito*, 61 e ss., Diss., Universidade Nova de Lisboa, 2011.

(29) Sobre os prazos legais de conformidade, de denúncia e de caducidade da ação, vide LEITÃO, L. MENEZES, *O Novo Regime da Venda de Bens de Consumo*, 60 e ss., in: II “Estudos do Instituto de Direito do Consumo” (2005), 37-73; SANTOS, P., OLIVEIRA, *A Garantia Legal do Consumidor na Aquisição de Bens*, 45 e ss., Diss., Universidade de Coimbra, 2015; SILVA, J. CALVÃO, *Venda de Bens de Consumo*, 120 e ss., 4.ª ed., Almedina, Coimbra, 2010.

responsabilização objetiva dos participantes no circuito económico que caracteriza a contratação mercantil, o consumidor-comprador pode exercer também perante o *produtor* do bem vendido (ou respetivo representante) os seus direitos à reparação ou à substituição (art. 6.º, n.ºs 1 e 3 da LVBC), salvo se tal se mostrar impossível ou desproporcionado (art. 6.º, n.º 1, “*in fine*”, da LVBC) e aquele se puder opor a tal exercício (art. 6.º, n.º 2 da LVBC)⁽³⁰⁾.

V. Finalmente, num plano secundário, cumpre ainda recordar a proteção e os direitos dos consumidores decorrentes de eventuais *garantias voluntárias* (art. 9.º da LVBC). Tais garantias (comumente designadas na gíria “garantias comerciais”) são independentes das garantias legais (art. 10.º da LVBC) — podendo mesmo configurar uma prática desleal quando são utilizadas de forma redundante ou destinada a confundir o consumidor quanto à existência e alcance das últimas [art. 8.º, *m*] da LPCD] — e devem observar um conteúdo mínimo e forma escrita (art. 9.º, n.ºs 2 e 3 da LVBC) — sob pena de eventual responsabilidade civil (art. 798.º do CCivil) e contraordenacional [art. 12.º-A, *b*] da LVBC], sem prejuízo do direito de assistência pós-venda do consumidor (art. 9.º, n.º 5 da LVBC).

§3. Contratos Fora do Estabelecimento Comercial

1. Noção

I. Designa-se por contrato fora do estabelecimento comercial (“off-premises contract”, “außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag”, “contrat hors établissement”, “contratto negoziati fuori dai locali commerciali”, “contrato celebrado fuera de lo establecimiento mercantil”)

⁽³⁰⁾ Sobre o regime do incumprimento e cumprimento defeituoso dos contratos comerciais em geral, ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 249 e ss., reimpressão, Almedina, Coimbra, 2017. Destaque-se ainda que, tendo o consumidor optado por exercer os seus direitos contra o vendedor, este é titular de um direito de regresso contra o produtor e outros sujeitos intervenientes no circuito económico, que pode ser exercido inclusive no âmbito da ação judicial movida pelo consumidor (arts. 7.º e 8.º da LVBC): cf. DUARTE, R. PINTO, *O Direito de Regresso do Vendedor Final na Venda para Consumo*, in: II “Themis — Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa” (2001), n.º 4, 173-194; PINTO, P. MOTA, *O Direito de Regresso do Vendedor Final de Bens de Consumo*, in: “Estudos Dedicados ao Prof. Doutor M. J. Almeida Costa”, 1177-1225, UCP Editora, Lisboa, 2002.

o contrato entre um empresário e um consumidor que, tendo por objeto o fornecimento de bens ou a prestação de serviços, foi concluído em lugar diverso do estabelecimento comercial do primeiro com a presença física simultânea de ambos⁽³¹⁾.

II. Este contrato de consumo encontra-se previsto e regulado na *Lei dos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial* (abreviadamente LCCD), aprovada pelo Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de fevereiro, o qual veio transpor para o direito interno português a Diretiva 2011/83/UE, de 25 de outubro, relativa aos direitos dos consumidores, que teve por objetivo fundamental estabelecer uma harmonização integral das legislações dos Estados-Membros em matérias relativas à informação pré-contratual, aos requisitos formais e ao direito de livre resolução nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial e contratos celebrados à distância⁽³²⁾.

III. A LCC consagrou a seguinte *noção* de contrato celebrado fora do estabelecimento comercial [art. 3.º, g): “o contrato que é celebrado na presença física simultânea do fornecedor de bens ou do prestador de serviços e do consumidor em local que não seja o estabelecimento comercial daquele, incluindo os casos em que é o consumidor a fazer uma proposta contratual, incluindo os contratos: *i*) Celebrados no estabelecimento

⁽³¹⁾ A designação legal é imperfeita, dado que, como veremos, este contrato pode ser celebrado, nalguns casos, no próprio estabelecimento comercial do empresário [art. 3.º, g), *i*) da LCCD]. Sobre este contrato, vide BARATA, C. LACERDA, *Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*, in: V “Estudos de Direito do Consumo” (2017), 41-127; CUNHA, CAROLINA, *Métodos de Venda a Retalho Fora do Estabelecimento: Regulamentação Jurídica e Protecção do Consumidor*, in: “Direito Industrial”, Vol. IV, 285-330, Almedina, Coimbra, 2005; DINIS, MARISA, *Contratos Celebrados à Distância e Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*, in: 77 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2014), 11-38; PINTO, P. MOTA, *O Novo Regime Jurídico dos Contratos à Distância e dos Contratos Celebrados fora do Estabelecimento Comercial*, in: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 51-91; PINTO-FERREIRA, J. PEDRO/CARVALHO, J. MORAIS, *Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial*, Almedina, Coimbra, 2014. Noutros quadrantes, GARCÍA, G. BOTANA, *Los Contratos Realizados Fuera de los Establecimientos Mercantiles y la Protección de los Consumidores*, Bosch, Barcelona, 1994; MACRI, CARMINE, *I Contratti Negoziati Fuori dai Locali Commerciali*, Giappichelli, Torino, 1998; STÜRNER, MICHAEL, *Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossener Vertrag*, in: 37 “Juristische Arbeitsblätter” (2015), 341-346; SERRANO, L. MARIA, *Los Contratos Celebrados Fuera de los Establecimientos Mercantiles*, Marcial Pons, Madrid, 2001.

⁽³²⁾ Tal diretiva veio substituir e revogar a Diretiva 85/577/CEE, de 20 de dezembro, relativa à proteção dos consumidores nos contratos negociados fora do estabelecimento comercial, e a Diretiva 97/7/CE, de 20 de maio, relativa à proteção dos consumidores nos contratos à distância. Tais diretivas haviam sido transpostas para o direito português, respetivamente, através dos Decreto-Lei n.º 272/87, de 3 de abril e Decreto-Lei n.º 143/2001, de 26 de abril, o qual viria a ser revogado pela atual LCCD.

comercial do profissional ou através de quaisquer meios de comunicação à distância imediatamente após o consumidor ter sido, pessoal e individualmente, contactado num local que não seja o estabelecimento comercial do fornecedor de bens ou prestador de serviços; *ii*) Celebrados no domicílio do consumidor; *iii*) Celebrados no local de trabalho do consumidor; *iv*) Celebrados em reuniões em que a oferta de bens ou de serviços seja promovida por demonstração perante um grupo de pessoas reunidas no domicílio de uma delas, a pedido do fornecedor ou do seu representante ou mandatário; *v*) Celebrados durante uma deslocação organizada pelo fornecedor de bens ou prestador de serviços ou por seu representante ou mandatário, fora do respetivo estabelecimento comercial; *vi*) Celebrados no local indicado pelo fornecedor de bens ou prestador de serviços, a que o consumidor se desloque, por sua conta e risco, na sequência de uma comunicação comercial feita pelo fornecedor de bens ou prestador de serviços ou pelo seu representante ou mandatário”. Desta definição legal retiram-se assim as características e os tipos fundamentais deste contrato.

2. Requisitos

I. Trata-se de um contrato de consumo que exige a verificação cumulativa de três *requisitos*, de natureza subjetiva, objetiva e espacial⁽³³⁾.

II. “*Primus*”, no que concerne aos seus sujeitos do contrato, os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial têm como partes o *empresário*, pessoa singular ou coletiva titular de estabelecimento comercial atuando no âmbito da sua atividade profissional diretamente ou através de terceiro [“fornecedor de bens” ou “prestador de serviços”: cf. art. 3.º, *f*) da LCCD]⁽³⁴⁾, e o *consumidor*, ou seja, qualquer pessoa singular atuando

⁽³³⁾ Falamos aqui — neste como nos demais contratos de consumo adiante referidos — dos requisitos específicos do tipo contratual, dado que se pressupõem preenchidos (com as eventuais especializações decorrentes daqueles) os requisitos gerais da existência de um contrato de consumo, relativos ao sujeito ativo (consumidor), sujeito passivo (empresário/profissional), objeto (bens, serviços, direitos) e fim (destino não profissional). Sobre tais requisitos, *vide* ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Conceito Jurídico de Consumidor*, 777 e ss., in: III “Revista de Direito Civil” (2018), 771-796.

⁽³⁴⁾ Apesar da terminologia legal, mostra a experiência que, na esmagadora maioria dos casos, os fornecedores ou prestadores constituirão empresários individuais ou coletivos — circunstância esta que, de resto, transparece inequivocamente da própria disciplina legal, que se refere amiúde às “empresas fornecedoras” [arts. 20.º, n.ºs 1 e 3, 21.º, n.º 1, *a*), 23.º, n.º 2, *a*) e *b*) da LCCD]. Esse é também o entendimento da doutrina estrangeira para questão congénere: assim VINCENZO BUONOCORE: “A lei sobre contratos celebrados fora do estabelecimento comercial (“*contratti stipulati fuori dei locali com-*

com fins que não se integrem no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional [art. 3.º, *c*] da LCCD]. Necessário é também que o contrato tenha sido celebrado *com a presença física* simultânea de ambas as partes contratantes, sendo de destacar ter aqui o legislador considerado apenas como relevantes os empresários que disponham de um estabelecimento comercial de retalho (com exclusão dos demais profissionais) [art. 3.º, *g*] e *h*] da LCCD] e os consumidores que sejam indivíduos (com exclusão de pessoas coletivas) [art. 3.º, *c*] da LCCD]⁽³⁵⁾.

III. “*Secundus*”, no que concerne ao objeto do contrato, é ainda necessário que este tenha por objeto *quaisquer bens, serviços ou direitos* negociados por aquele empresário. Sublinhe-se que a lei previu um importante conjunto de exclusões, incluindo os contratos relativos a serviços financeiros, bens imóveis, géneros alimentícios ou outros bens fornecidos regularmente, serviços de saúde, serviços sociais, serviços turísticos, serviços de transporte de passageiros (parcialmente), jogos de fortuna ou azar, máquinas automáticas, viagens organizadas, e direitos reais de habitação periódica, entre outros (art. 2.º, n.º 2 da LCCD).

IV. “*Tertius*”, exige-se ainda, em regra, o preenchimento de um requisito de natureza operativa: que o contrato tenha sido celebrado *fora do estabelecimento do empresário*, entendendo-se por tal quaisquer instalações de venda a retalho onde este exerça a sua atividade de forma permanente (no caso de instalações imóveis) ou habitual (no caso de instalações móveis) [art. 3.º, *h*] da LCCD]. Assim sendo, os espaços públicos, como, por exemplo, as ruas, os centros comerciais, as praias, as instalações desportivas e os transportes públicos, que o empresário/profissional utilize de

mercials”) aplica-se a todos os contratos entre um empresário e um consumidor, concluídos fora da sede da empresa tendo por objeto o fornecimento de bens ou a prestação de serviços” (*Contrattazione d’Impresa e Nuove Categorie Contrattuali*, 85, Giuffrè, Milano, 2000); F. VICENT CHULIÁ: “Estas disposições são aplicáveis aos contratos celebrados fora do estabelecimento mercantil do empresário, diretamente por este ou por terceiro que atue por sua conta” (*Introducción al Derecho Mercantil*, Vol. II, 1241, Tirant lo Blanch, Valencia, 2010).

⁽³⁵⁾ Este requisito distingue os contratos celebrados fora do estabelecimento dos contratos à distância, distinção esta que, todavia, não pode ser reconduzida à tradicional divisão entre *contratos entre presentes e entre ausentes*. Com efeito, esta última não se baseia no critério da imediatividade física dos contratantes, mas antes na imediatividade temporal das respetivas declarações negociais: um contrato celebrado por telefone, videoconferência ou “skype” entre dois indivíduos muito distantes será um contrato “*inter presentes*”, enquanto um outro concluído presencialmente entre dois indivíduos que emitiram as suas declarações em momentos diferentes será um contrato “*inter absentes*”. Sobre tal distinção, vide FERNANDES, L. CARVALHO, *Teoria Geral do Direito Civil*, Vol. II, 92 e ss., 5.ª ed., UC Editora, Lisboa, 2010.

forma excepcional para as suas atividades comerciais, não deverão ser considerados estabelecimentos comerciais para estes efeitos⁽³⁶⁾.

3. Modalidades

I. Concretizando o sentido e alcance deste último requisito, o legislador acabou por consagrar cinco *modalidades típicas* deste contrato [art. 3.º, g) da LCCD].

II. São eles os contratos celebrados no *domicílio* do consumidor [art. 3.º, g), ii) da LCCD] — tomado este num sentido amplo, incluindo a sua residência habitual (art. 82.º, n.º 3 do CCivil) mas também o domicílio de pessoas das suas relações —, os contratos celebrados no *local de trabalho* do consumidor [art. 3.º, g), iii) da LCCD] — tomado também “lato sensu” no sentido do local onde este desenvolve a sua atividade profissional, ao abrigo de contrato de trabalho ou não (v.g., profissional liberal), ou outras atividades regulares (v.g., instalações de universidade no caso de um estudante) —, os contratos celebrados em *reuniões* [art. 3.º, g), iv) da LCCD] — mormente, organizadas pelo empresário para demonstração ou promoção dos seus bens ou serviços —, os contratos celebrados em *excursões* [art. 3.º, g), v) da LCCD] — mormente, em deslocações ou digressões turísticas gratuitas onde o empresário organizador promove a venda dos seus bens ou serviços —, e os contratos celebrados em *local indicado pelo empresário* [art. 3.º, g), i) e vi) da LCCD] — quando, na sequência de um contacto individual direto do consumidor (por via postal, telefónica, eletrónica, na via pública, etc.) por parte de um empresário, aquele celebra um determinado contrato no estabelecimento comercial deste ou noutro local por ele indicado (v.g., uma prática frequente consistindo na atribuição de prémios ao consumidor, que este é convidado a receber em determinado local onde assistirá, simultaneamente, à apresentação de outros produtos ou serviços do mesmo empresário).

(36) Tenha-se presente que as bancas dos mercados e os “stands” das feiras já poderão ser considerados como estabelecimentos comerciais no caso de funcionarem como local de negócios permanente ou habitual para o empresário/ profissional, ainda que em base sazonal. Neste sentido se pronunciou o Acórdão do TJUE de 7-VIII-2018 (“*Verbraucherzentrale Berlin v. Unimatic Vertriebs GmbH*”), que qualificou como estabelecimento comercial um “stand” explorado por um profissional numa feira comercial no qual este exerce as suas atividades alguns dias por ano, se, tendo em conta o conjunto das circunstâncias de facto que rodeiam essas atividades, nomeadamente a aparência desse “stand” e as informações nele disponibilizadas, um consumidor médio e razoável podia esperar que esse profissional exercesse aí as suas atividades e o abordasse a fim de celebrar um contrato (*in*: ECLI:EU: C:2018:642).

III. Dada a natureza exemplificativa do elenco do art. 3.º, g), da LCCD, a estas modalidades típicas podem ainda acrescentar-se outras *modalidades atípicas*. Sublinhe-se que algumas destas modalidades contratuais poderão constituir ou integrar uma prática comercial desleal, nos termos gerais dos arts. 9.º, n.º 1, c) e 12.º, c) da LPCD, originando a consequente invalidade do contrato (art. 14.º da LPCD).

4. Regime

I. O *regime legal* destes contratos encontra-se nuclearmente previsto na LCCD, sendo de destacar as regras relativas à fase pré-contratual, à formação e à extinção do contrato.

II. Relativamente à *fase pré-contratual*, avultam os deveres de informação do empresário perante o consumidor, o qual deve colocar à disposição do consumidor, em tempo útil e previamente à celebração do contrato, um conjunto muito variado e extenso de informações (art. 4.º da LCCD). Tais informações consubstanciam um conteúdo mínimo da declaração negocial do empresário, incluindo, designadamente, a sua identidade e endereço, as características essenciais do bem ou do serviço, o preço total do bem ou do serviço (incluindo taxas e impostos) e o modo de cálculo, os encargos suplementares, as despesas de entrega (caso existam), as modalidades de pagamento, entrega ou execução, a existência de um direito de livre resolução do contrato e seu modo de exercício, a duração do contrato, a existência de prazo da garantia de conformidade dos bens, a assistência pós-venda, e a existência de depósitos ou outras garantias financeiras. Tais informações pré-contratuais devem ser prestadas de forma clara e compreensível (arts. 4.º, n.º 1 e 5.º, n.º 1), através de forma escrita, em papel ou noutro suporte duradouro (arts. 4.º, n.º 5 e 9.º, n.º 1), sendo parte integrante e inalterável do contrato, salvo acordo expresso das partes anterior à respetiva celebração (art. 4.º, n.º 3), e cabendo à empresa fornecedora o ónus da prova do respetivo cumprimento (art. 4.º, n.º 7, todos da LCCD)⁽³⁷⁾.

⁽³⁷⁾ Sobre os deveres de informação pré-contratuais, vide CARVALHO, J. MORAIS, *Prestação de Informações nos Contratos Celebrados à Distância*, 83 e ss., in: AAVV, “Direito Privado e Direito Comunitário — Alguns Ensaio”, 13-144, Âncora Editora, Lisboa, 2007; REBELO, F. NEVES, *O Direito à Informação do Consumidor na Contratação à Distância*, in: “Liber Amicorum Mário Frota”, 103-153, Almedina, Coimbra, 2012. Sobre o quadro comunitário precedente e inspirador da regulação portuguesa (embora relativo à Diretiva 97/7/CE, de 20 de maio, hoje substituída pela Diretiva 2011/83/UE,

III. Relativamente à sua *formação*, merece destaque a exigência de forma especial: sob pena da respetiva nulidade, os contratos fora do estabelecimento comercial devem revestir forma escrita e possuir como conteúdo mínimo um conjunto de elementos informativos obrigatórios, expressos de modo compreensível e em língua portuguesa (art. 9.º, n.º 1 da LCCD, art. 220.º do CCivil), devendo ainda ser entregue ao consumidor uma cópia do contrato assinado ou a confirmação do contrato em suporte de papel ou outro suporte duradouro que este haja autorizado, v.g., chave USB, CD-ROM, DVD, cartões de memória [arts. 3.º, l) e 9.º, n.º 2 da LCCD].

IV. Finalmente, relativamente à sua *extinção*, os contratos celebrados fora do estabelecimento conferem ao consumidor um direito de desistência no prazo de 14 dias contados a partir da data da celebração contratual (no caso de prestação de serviços ou do fornecimento de água, gás ou eletricidade, que não estejam à venda em volume ou quantidade limitados) ou da data da receção do bem (no caso do fornecimento dos demais bens) (arts. 10.º a 17.º da LCCD)⁽³⁸⁾.

§4. Contratos à Distância

1. Noção

I. Designa-se por contrato à distância (“distance contract”, “Fernabsatzvertrag”, “contratto a distanza”, “contrat à distance”, “contrato a distancia”) o *contrato entre um empresário e um consumidor que, tendo por objeto o fornecimento de bens ou a prestação de serviços, foi celebrado no âmbito de um sistema organizado de negociação de comércio à distância, sem a presença física simultânea dos contraentes*⁽³⁹⁾.

de 25 de outubro), vide PINTO, P. MOTA, *Princípios Relativos aos Deveres de Informação no Comércio à Distância*, in: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2003), 183-206.

⁽³⁸⁾ Para mais desenvolvimentos, SOUSA, A. TEIXEIRA, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial*, in: “Estudos de Direito do Consumo — Homenagem a Manuel Ataíde Ferreira”, 18-41, Deco, Lisboa, 2016.

⁽³⁹⁾ Sobre tal contrato, vide CORREIA, M. PUPO, *Contratos à Distância: Uma Fase na Evolução da Defesa do Consumidor na Sociedade de Informação?*, in: 4 “Estudos de Direito do Consumidor” (2002), 165-180; MARTINS, A. SOVERAL, *Contratação à Distância e Contrato de Seguro*, in: 10 “Estudos de Direito do Consumidor” (2016), 91-153; MAIA, PEDRO, *Contratação à Distância e Práticas Comerciais Desleais*, in: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 143-175; PINTO, P. MOTA, *O Novo Regime Jurídico dos Contratos à Distância e dos Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*, in: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 51-91; OLIVEIRA, A. COSTA, *Dos Contra-*

II. 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 *sem 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 ações de uma empresa cotada, e de tantos outros bens ou serviços no mercado, implique a deslocação física do adquirente à sede da empresa produtora, distribuidora ou vendedora: de facto, a aplicação criativa de novas tecnologias de comunicação às transações comerciais (v.g., carta normalizada, catálogos, telefone, telefax, videotexto, correio eletrónico, rádio, televisão, “internet”) vem tornando tal hipótese cada vez mais remota⁽⁴⁰⁾.

III. Este processo alternativo de contratação foi objeto de disciplina jurídica própria, prevista na já citada *Lei dos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial* (LCCD), aprovada pelo Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de fevereiro, sob o direto impulso da legislação comunitária (Diretiva 2011/83/UE, de 25 de outubro). Do que se trata agora, neste ponto, é de salientar em particular os aspetos jusconsummeristas deste tipo de contrato, analisando os seus requisitos, as suas modalidades mais frequentes, e os traços fundamentais do respetivo regime legal.

tos Negociados à Distância, in: 7 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (1996), 52-96; PINTO-FERREIRA, J. PEDRO/CARVALHO, J. MORAIS, *Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial*, Almedina, Coimbra, 2014; SILVA, D. SOUSA, *Contratos à Distância — O Ciberconsumidor*, in: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2003), 423-456; para um apanhado jurisprudencial, vide PASSINHAS, SANDRA, *Jurisprudência Relevante em Matéria de Contratação à Distância*, in: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 251-277. Noutros quadrantes, BRUNEAX, GEOFFRAY, *Le Contrat à Distance au XXI^{ème} Siècle*, LGDJ, Paris, 2010; COEHEN-ADT, GREGOR, *Der Fernabsatzvertrag: Anwendungsvoraussetzungen und -probleme beim Versandhandel*, Logos, Berlin, 2009; FRATERNALE, ANTONIO, *I Contratti a Distanza*, Giuffrè, Milano, 2002; PÉREZ, N. FERNÁNDEZ, *El Nuevo Régimen de Contratación a Distancia con Consumidores*, La Ley, Madrid, 2009.

⁽⁴⁰⁾ Sublinhe-se que este processo contratual abrange todas as técnicas de comunicação à distância, algumas das quais, por seu turno, são ainda objeto de uma regulação específica: assim, por exemplo, a contratação efetuada através de centros telefónicos de relacionamento ou “call centers” (cf. art. 2.º do Decreto-Lei n.º 134/2009, de 2 de junho). Isto é também verdade para a “internet”, conquanto esta última origine uma temática específica — a chamada “contratação eletrónica”: quer isto dizer que os contratos eletrónicos de consumo se encontram simultaneamente sujeitos, para além das suas regras próprias (LCE e LDE: cf. *infra* § 5), às regras gerais em sede da contratação à distância (LCCD).

2. Requisitos

I. O contrato celebrado à distância encontra-se previsto e regulado na LCCD, que o define como “o contrato celebrado entre o consumidor e o fornecedor de bens ou o prestador de serviços sem presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância até à celebração do contrato, incluindo a própria celebração” [art. 3.º, *f*)]. Trata-se assim de um contrato de consumo que exige a verificação cumulativa de três *requisitos* distintivos, de natureza subjetiva, objetiva e operacional.

II. “Primus”, tal como sucede nos contratos celebrados fora do estabelecimento, são sujeitos dos contratos à distância o *empresário*, pessoa singular ou coletiva titular de estabelecimento comercial atuando no âmbito da sua atividade profissional diretamente ou através de terceiro [“fornecedor de bens” ou “prestador de serviços”: cf. art. 3.º, *f*] da LCCD], e o *consumidor*, ou seja, qualquer pessoa singular atuando com fins que não se integrem no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional [art. 3.º, *c*] da LCCD]. Decisivo — e nota distintiva desta figura contratual — é que o contrato tenha sido celebrado *sem a presença física* simultânea de ambas as partes contratantes, mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância, v.g., carta normalizada, catálogos, videotexto, telefone fixo, telemóvel, mensagens gravadas, SMS, “fax”, correio eletrónico, rádio, televisão, redes sociais, “internet”, etc. [art. 3.º, *c*), *f*) e *m*) da LCCD].

III. “Secundus”, no que toca aos requisitos objetivos, o contrato poderá ter por objeto *quaisquer bens, serviços ou direitos* negociados por aquele empresário, sendo de assinalar a previsão de um importante conjunto de exceções [arts. 2.º, n.º 2 e 3.º, *f*] da LCCD]. Destaque particular merecem *os contratos à distância relativos a serviços financeiros*, os quais foram regulados autonomamente pelo Decreto-Lei n.º 95/2006, de 29 de maio⁽⁴¹⁾: sublinhe-se, todavia, que a equiparação legal genérica do investi-

(41) Este diploma legal veio transpor a Diretiva 2002/65/CE, de 23 de setembro, relativa à comercialização à distância de serviços financeiros prestados a consumidores, a qual veio concretizar (porventura de modo parcialmente desnecessário) para o caso específico dos bens e serviços financeiros a disciplina da contratação à distância relativa aos bens e serviços em geral contida na Diretiva 2011/83/UE, de 25 de outubro. Cf. BRAVO, FABIO, *Commercializzazione a Distanza dei Servizi Finanziari ai Consumatori*, Ipsosa, Milano, 2003.

dor não profissional ao consumidor (art. 321.º, n.º 3 do CCVM) não é automática, devendo ser devidamente cotejada caso a caso, quer com a natureza jurídica e económica de cada investidor (“*maxime*”, pessoa singular ou coletiva, objeto legal ou estatutário, natureza profissional ou não da atividade de investimento), quer com os bens e serviços financeiros concretamente prestados, quer ainda com a eventual sobreposição ou duplicação das esferas de proteção das normas jusmobiliárias e jusconsumeristas⁽⁴²⁾.

IV. “*Tertius*”, no que concerne aos requisitos operacionais, é necessário que o contrato tenha sido celebrado no âmbito de um *sistema de negociação ou contratação à distância organizado pelo empresário* [art. 3.º, f) da LCCD]. 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 (v.g., “call centers”, serviços de televendas, páginas “web” permitindo efetuar transações comerciais).

3. Modalidades

I. Apesar de o legislador não haver consagrado modalidades típicas dos contratos à distância (como o fez para os contratos fora do estabelecimento comercial), a “*praxis*” comercial conhece algumas espécies mais frequentes, as quais se distinguem, fundamentalmente, pela particular técnica de comunicação que está na base da respetiva celebração.

II. Tal é o caso dos contratos celebrados por *correspondência postal* — mormente, através de cartas ou formulários normalizados, catálogos, ou outros documentos enviados por correio para o consumidor —, celebrados por *rádio ou televisão* — mormente, em programas televisivos dedicados à comercialização de bens ou serviços (televendas) —, celebrados por *telefone* — através de sistemas automáticos com mensagens escritas ou orais pré-gravadas, aparelhos de chamada automática, aparelhos de

⁽⁴²⁾ Sobre a questão, *vide* ainda ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Deveres e Responsabilidade do Intermediário Financeiro*, 51 e ss., in: 56 “Cadernos do Mercado de Valores Mobiliários” (2017), 31-52; RODRIGUES, S. NASCIMENTO, *A Proteção dos Investidores em Valores Mobiliários*, 44 e ss., Almedina, Coimbra, 2001; noutros quadrantes, RIESENHUBER, KARL, *Anleger und Verbraucher*, in: 26 “Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft” (2014), 134-149.

telecópia (v.g., faxes), SMS (serviços de mensagens curtas), EMS (serviços de mensagens melhoradas), e MMS (serviços de mensagem multimédia), enviados para telefones fixos ou móveis dos consumidores⁽⁴³⁾ — e celebrados por *meios eletrónicos* — designadamente, através de correio eletrónico, redes sociais, páginas “web”, e “internet”⁽⁴⁴⁾.

4. Regime

I. O regime legal destes contratos encontra-se previsto na LCCD. Tal regime é essencialmente idêntico ao dos contratos fora do estabelecimento comercial em matéria da fase *pré-contratual* (deveres de informação: cf. arts. 4.º e 5.º, n.º 1 da LCCD) e da *extinção contratual* (direito de desistência: cf. arts. 10.º a 17.º da LCCD), atrás passado em revista⁽⁴⁵⁾, sem prejuízo de alguns traços próprios. Assim, por exemplo, a informação pré-contratual deve incluir o custo de utilização da técnica de comunicação à distância [art. 4.º, n.º 1, *p*] da LCCD] e deve ser prestada através de meio adequado, com respeito pelos princípios da boa-fé, da lealdade nas transações comerciais e da proteção das pessoas incapazes, v.g., menores (art. 5.º, n.º 1 da LCCD). Inversamente, ele já apresenta algumas importantes diferenças e particularidades no que diz respeito à formação e cumprimento contratuais.

II. No plano da sua *formação*, os contratos à distância não se encontram sujeitos a forma especial (com exceção dos celebrados por telefone: cf. art. 5.º, n.º 7 da LCCD), encontrando-se, em contrapartida, sujeitos às normas específicas relativas ao particular meio de comunicação à distância utilizado na sua celebração (designadamente, LI, LTV, LR, CPub, etc.): assim, no que diz respeito a contratos celebrados por correspondência postal, o conteúdo contratual mínimo deve integrar, além dos

⁽⁴³⁾ Sublinhe-se que, no caso de o empresário/profissional utilizar uma linha telefónica para ser contactado em relação ao contrato celebrado, o consumidor, ao contactar o profissional, não fica vinculado a pagar mais do que a tarifa de base (art. 21.º da Diretiva 2011/83/UE, de 25 de outubro, art. 4.º, n.º 1, *o*) da LCCD). Cf. Acórdão do TJUE de 13-IX-2018 (“*Starman AS*”), in: ECLI:EU:C:2018:721.

⁽⁴⁴⁾ Os contratos à distância celebrados por meios eletrónicos constituem, em si mesmo, um tipo contratual autónomo, que será mais adiante estudado — os *contratos eletrónicos com consumidores* ou B2C (cf. *infra* § 5). Trata-se assim de uma figura contratual que se encontra simultaneamente sujeita às regras gerais em sede da contratação à distância (LCCD) e às suas regras próprias em sede de contratação eletrónica (mormente, a LCE). Sobre esta natureza bifronte da sua regulação, *vide infra* § 5-1.

⁽⁴⁵⁾ Cf. *supra* § 3-4.

elementos gerais do art. 4.º, n.º 1, os elementos adicionais previstos no art. 21.º da LCCD, sendo ainda de ter presentes as normas do art. 23.º do CPub e da Lei n.º 6/99, de 27 de janeiro; no que respeita a contratos celebrados por telefone, refira-se que a identidade do empresário/ profissional e o objetivo comercial da chamada devem ser comunicados ao consumidor no início de qualquer contacto telefónico com este (art. 5.º, n.º 6 da LCCD), além de se fazer depender a celebração do contrato de assinatura ou aceitação escrita do consumidor (exceto nos casos em que o primeiro contacto telefónico seja efetuado pelo próprio consumidor: cf. art. 5.º, n.º 7 da LCCD), além de outras normas especiais porventura aplicáveis (v.g., Decreto-Lei n.º 134/2009, de 2 de junho, relativo aos centros telefónicos de relacionamento ou “call centers”); e, no que respeita a contratos celebrados por rádio ou televisão, a celebração do contrato deve ser precedida da prestação de um conteúdo mínimo de informação (art. 5.º, n.º 5 da LCCD), além de observar as regras previstas no CPub (art. 8.º), na LTV (arts. 40.º e ss.) e na LR (art. 40.º).

III. Por outro lado, no que toca ao seu *cumprimento*, há que salientar a existência de uma obrigação de confirmação do contrato (art. 6.º da LCCD) — obrigação contratual acessória a cargo do empresário/profissional que se traduz no dever de este entregar ao consumidor, em qualquer suporte duradouro [papel, chave USB, CD-ROM, DVD, cartões de memória: cf. art. 3.º, l) da LCCD], uma confirmação da celebração contendo todas as informações pré-contratuais previstas no art. 4.º, n.º 1 da LCCD⁽⁴⁶⁾ — e ainda uma obrigação de execução do contrato (art. 19.º da LDDC) — que investe o empresário/profissional num dever de fornecer o bem ou prestar o serviço no prazo máximo de 30 dias, a contar do dia seguinte à celebração do contrato (n.º 1), sob pena de ser obrigado a reembolsar o consumidor dos montantes pagos ou mesmo a devolver o preço em dobro (n.ºs 2 e 3), sem prejuízo da possibilidade de poder prestar bem ou serviço de qualidade e preço equivalentes se tal houver sido convencionado e o consumidor nisso tenha consentido expressamente (n.º 4).

⁽⁴⁶⁾ Salvo, naturalmente, se aquele empresário/profissional já tiver prestado essa informação, em suporte duradouro, antes da celebração do contrato (art. 6.º, n.º 2, “*in fine*”). Sobre a noção de suporte duradouro, DEMOULIN, MARIE, *La Notion de «Support Durable» dans les Contrats à Distance*, in: 4 “Revue Européenne de Droit de la Consommation” (2000), 361-377.

§5. Contratos Eletrônicos B2C

1. Noção

I. Designam-se genericamente por contratos eletrônicos B2C (“B2C e-contracts”), também denominados contratos de consumo eletrônicos, *os contratos celebrados por via eletrônica entre um empresário e um consumidor*⁽⁴⁷⁾.

II. O “*comércio eletrônico*” (“e-commerce”) — que abrange hoje o conjunto das atividades, relações ou transações juseconómicas realizadas por via telemática através de equipamentos de processamento e transmissão eletrônica de dados (computadores, “tablets”, “smartphones”) — representa um dos vetores primordiais de evolução da atividade comercial e do próprio Direito Comercial no dealbar do séc. XXI⁽⁴⁸⁾. Dentro do universo do comércio eletrônico, e a par de outros institutos (“*maxime*”, documento eletrônico, moeda eletrônica), destaca-se a chamada *contratação eletrônica*, que designa um processo especial e alternativo de contratação caracterizado pelas declarações de vontade dos contraentes serem produzidas e transmitidas por meios informáticos, “*maxime*”, através dos sítios “web” colocados em rede (“internet”) e do correio eletrônico (“e-

(47) Sobre os contratos de consumo eletrônicos, *vide* ASCENSÃO, J. OLIVEIRA, *A Sociedade Digital e o Consumidor*, in: VIII “Direito da Sociedade de Informação” (2009), 123-153; BARBIERI, DIOVANA, *A Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico: Estudo Comparado à luz dos Ordenamentos Jurídicos Brasileiro e Português*, Editorial Juruá, Lisboa, 2013; BARROS, J. LEITE, *Os Contratos de Consumo Celebrados pela Internet*, in: 3 “Revista Jurídica Luso-Brasileira” (2017), 781-843; CASTRO, M. GABRIEL, *Direito dos Contratos — Contrato Eletrônico de Consumo*, in: 8 “Estudos de Direito do Consumidor” (2006/2007), 559-615; LARCHER, SARA, *Contratos Celebrados através da Internet: Garantias dos Consumidores contra Vícios na Compra e Venda de Bens de Consumo*, in: II “Estudos do Instituto de Direito do Consumo” (2005), 152-166; LEITÃO, A. MENEZES, *Comércio Eletrônico e Direito do Consumo*, in: “Liber Amicorum Mário Frota — A Causa dos Direitos dos Consumidores”, 31-39, Almedina, Coimbra, 2012; OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados através da Internet*, Almedina, Coimbra, 2002; OLIVEIRA, E. DIAS, *Contratação Eletrônica e Tutela do Consumidor*, in: V “Estudos de Direito do Consumo” (2017), 129-148; PEREIRA, A. DIAS, *Comércio Eletrônico e Consumidor*, in: 6 “Estudos de Direito do Consumidor” (2004), 341-400; PEREIRA, A. DIAS, *Novos Direitos do Consumidor no Mercado Digital*, in: 10 “Estudos de Direito do Consumidor” (2016), 155-173. Noutros quadrantes, LAWAND, J. JOSÉ, *Teoria Geral dos Contratos Eletrônicos*, Ed. Juarez, São Paulo, 2003; LEHMANN, MICHAEL (Hrsg.), *Rechtsgeschäfte im Netz — Electronic Commerce*, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 1999; OLAVE, R. PINOCHET, *Contratos Electrónicos y Defensa del Consumidor*, Marcial Pons, Madrid, 2001; PASSA, JÉRÔME, *Commerce Electronique et Protection du Consommateur*, in: 178 “Recueil Dalloz” (2002), 555-564.

(48) Sobre o relevo do comércio eletrônico no âmbito do Direito Comercial moderno, *vide* ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito Comercial*, em curso de publicação.

-mail”)(⁴⁹). Os contratos eletrônicos, por sua vez, podem revestir uma enorme variedade de modalidades e tipologias, mormente em função da natureza das partes contratantes(⁵⁰): aqui interessam-nos apenas os chamados *contratos eletrônicos B2C* (“*business-to-consumer*”), celebrados entre empresários e consumidores.

III. Tais contratos têm inegáveis *vantagens* para empresários e consumidores. Os primeiros rapidamente descobriram nas novas tecnologias de comunicação um poderoso instrumento de expansão das suas atividades e transações comerciais, alcançando novos clientes e negócios sem fronteiras físicas e geográficas: a contratação eletrônica funciona 24 horas por dia, 7 dias por semana, e 365 dias por ano, com consumidores de todo o mundo, representando atualmente um volume de negócios global superior a 1,8 trilhões de dólares em todo o mundo(⁵¹). Quanto aos últimos, se, como vimos atrás, já a partir de meados do século passado se tornou cada vez menos frequente que um consumidor tivesse de esperar na fila do estabelecimento do empresário para negociar ou adquirir um determinado produto ou serviço (contratação à distância), nos inícios deste novo século uma boa parte destes produtos e serviços passou a estar ao alcance de um simples “click” de computador, operando em micromilésimos de segundo: hoje, é mais fácil, mais rápido e mais barato um consumidor português adquirir a uma empresa “virtual” sediada nos Estados Unidos da América ou na China um determinado bem (v.g., livro, peça de vestuário, ficheiro digital) do que encomendar essas obras numa loja da própria cidade onde vive. Mas, porque não há bela sem senão, os cibercontratos encerram também *riscos* novos e especiais relativamente aos contratos de consumo tradicionais: dirigindo a sua oferta eletrônica ao mercado virtual mundial, aos empresários passa a ser difícil, senão impossível, conhecer previamente a identidade das suas contrapartes, a sua

(⁴⁹) Sobre a noção, as aceções e as modalidades da contratação eletrônica, vide ASCENSÃO, J. OLIVEIRA, *Contratação Eletrônica*, in: IV “Direito da Sociedade de Informação” (2003), 43-68; LUELMO, A. DOMÍNGUEZ, *Contratação na Internet. Regime Jurídico da Contratação na Internet*, in: “Temas de Direito da Informática e da Internet”, 137-160, Coimbra Editora, Coimbra, 2004; PEREIRA, A. DIAS, *Comércio Eletrónico na Sociedade da Informação*, 14 e s., Almedina, Coimbra, 1999; ROSA, V. CASTRO, *Contratação Eletrónica*, in: AAVV, “Lei do Comércio Electrónico Anotada”, 191-208, Coimbra Editora, Coimbra, 2005.

(⁵⁰) Tendo em conta a natureza ou “status” dos sujeitos neles intervenientes — empresários (B), consumidores (C), Administração ou Estado (A), trabalhadores (E), particulares (P) —, tornou-se assim usual distinguir entre as modalidades “business-to-business” (B2B), “business-to-consumer” (B2C), “business-to-administration” (B2A), “administration-to-consumer” (A2C), “business-to-employee” (B2E) e “peer-to-peer” (P2P). Cf. ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito Comercial*, em curso de publicação.

(⁵¹) ECOMMERCE FOUNDATION, *Global B2C ECommerce Country Report 2017*, New York, 2018.

capacidade (v.g., menores, insolventes) ou o local do seu domicílio (e, logo, qual a lei reguladora do contrato); negociando com uma empresa virtual, o ciberconsumidor não conhece frequentemente a real identidade do empresário, não resiste à facilidade assombrosa do processo negocial (ao alcance de um clique no botão digital “Comprar” ou similar), não viu o produto antes de o encomendar e pagar, e fornecerá dados pessoais e bancários que poderão passar a circular sem a sua autorização⁽⁵²⁾.

IV. O regime jurídico dos contratos eletrónicos B2C consta hoje de uma pluralidade de *fontes legais* específicas. Muito embora haja quem considere aqui suficientes as normas tradicionais dos contratos previstas no CCivil⁽⁵³⁾, afigura-se que a contratação eletrónica constitui uma nova e alternativa modalidade de contratação cujas especificidades justificam a existência de uma regulação própria, a qual contribuirá aliás para o avanço e renovação do próprio direito contratual clássico (sem prejuízo de, no futuro, uma vez sedimentada, poder vir a integrar aquele). Entre aquelas fontes, destaca-se o Decreto-Lei 7/2004, de 7 de janeiro, relativo aos serviços na sociedade da informação e ao comércio eletrónico (abreviadamente *Lei do Comércio Eletrónico* ou LCE)⁽⁵⁴⁾, além de outros diplomas legais complementares, mormente, o Decreto-Lei n.º 290-D/99, de 2 de agosto, relativo aos documentos eletrónicos e à assinatura digital (abreviadamente *Lei dos Documentos Eletrónicos* ou LDE). Além disso, os contratos de consumo eletrónicos constituem uma modalidade dos contratos à distância (a qual, como vimos atrás, abrange todas as técnicas de comunicação à distância), revestindo frequentemente a natureza de contratos de adesão, encontrando-se assim também sujeitos, com as necessárias adaptações, às regras gerais previstas na LCCD (Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de fevereiro), na LCCG (Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de outubro) e na LPCD (Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março)⁽⁵⁵⁾.

⁽⁵²⁾ Para uma visão de conjunto das vantagens e riscos da contratação eletrónica do consumo, vide TAPSCOTT, DON, *The Digital Economy: Promises and Perils in the Age of Networked Intelligence*, McGraw-Hill, New York, 1997.

⁽⁵³⁾ PINTO, P. MOTA, *Declaração Tácita e Comportamento Concludente no Negócio Jurídico*, 444, Coimbra, Almedina, 1995; SILVA, P. COSTA, *Transferência Eletrónica de Dados: A Formação dos Contratos*, 216, in: I “Direito da Sociedade de Informação” (1999), 217-222.

⁽⁵⁴⁾ Esta lei veio transpor para o direito interno a Diretiva 2000/31/CE, de 8 de junho, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno (vulgarmente conhecida por “Diretiva sobre o Comércio Eletrónico” ou DCE). No plano internacional, vide ainda a “Lei Modelo UNCITRAL sobre o Comércio Eletrónico” de 1996 e as “OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce” de 1999.

⁽⁵⁵⁾ Sobre esta natureza bifronte, vide SILVA, D. SOUSA, *Contratos à Distância — O Ciberconsumidor*, 433, in: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2003), 423-456; OLIVEIRA, E. DIAS, *Tutela do Con-*

2. Requisitos

I. Os contratos eletrónicos B2C são contratos de consumo cuja existência está subordinada a requisitos subjetivos e objetivos. No que concerne ao seu *âmbito subjetivo*, como sucede com os demais contratos de consumo, os contratos B2C têm como partes intervenientes um empresário (sujeito passivo) e um consumidor (sujeito ativo).

II. Relativamente ao sujeito ativo, a lei fala genericamente em “*prestador de serviço*” da sociedade de informação (art. 3.º, n.º 1 da LCE). Todavia, à semelhança do que sucede com os demais contratos de consumo em geral⁽⁵⁶⁾, os contratos B2C serão usualmente concluídos por *empresários* singulares ou coletivos: para além das referências da lei às “empresas prestadoras de serviços da sociedade de informação” (v.g., art. 38.º, n.ºs 2 e 3 da LCE), é também isso que de algum modo resulta, quer da exigência expressa da lei da natureza económica da atividade por aquelas desenvolvida e da própria amplitude do conceito de serviço da sociedade de informação (art. 3.º, n.º 1 da LCE), quer ainda da exigência implícita de tal prestação ocorrer no quadro de um sistema de vendas ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância [art. 3.º, f) da LCCD]⁽⁵⁷⁾. Sublinhe-se, aliás, que as empresas prestadoras de serviços da sociedade da informação, reguladas pela LCE, podem ser de dois tipos: por um lado, as empresas operativas propriamente ditas que são parte nos contratos B2C e que exercem a sua atividade económica por meios eletrónicos, de modo parcial (empresas “tradicionais”) ou exclusivo (empresas “virtuais”), e cuja atividade não depende de qualquer autorização prévia especial (art. 3.º, n.º 3 da LCE), sem prejuízo, naturalmente, das regras

sumidor na Internet, 337, in: V “Direito da Sociedade de Informação” (2004), 335-358. Sublinhe-se que as referidas leis reguladoras possuem um âmbito subjetivo e objetivo mais vasto do que os contratos em apreço: a LCE não regula apenas os contratos e as relações jurídicas de consumo (aplicando-se a outras vertentes do comércio eletrónico) e a LCCD não regula apenas os contratos celebrados por meios eletrónicos (abrangendo outros meios de comunicação à distância, v.g., correio, telefone, televisão).

⁽⁵⁶⁾ ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Conceito Jurídico de Consumidor*, 781 e ss., in: III “Revista de Direito Civil” (2018), 771-796. Para uma ilustração, *vide supra* §3-2 (nota 34).

⁽⁵⁷⁾ Como sublinha J. OLIVEIRA ASCENSÃO, “com esta amplitude qualquer exercício de comércio eletrónico em rede é um serviço da sociedade da informação” (*Contratação Eletrónica*, 50, in: IV “Direito da Sociedade de Informação” (2003), 43-68). Sobre o empresário como contraparte natural (embora não obrigatória) dos contratos B2C, *vide* PIZARRO, S. NÓBREGA, *Comércio Eletrónico — Contratos Eletrónicos e Informáticos*, 73, Almedina, Coimbra, 2005; TUPAN, S. CHRISTOFFOLI, *Alguns Aspectos Jurídicos do Comércio Eletrónico entre Empresas*, 58 e ss., Diss., Porto, 2004; noutros ordenamentos, DE ROS, R. MATEO/LÓPEZ-MONIS, M. GALLEGU, *Derecho de Internet*, 115, Aranzadi, Cizur Menor, 2003.

gerais de acesso ao exercício de certas atividades económicas (v.g., art. 1.º, n.º 3 do Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro); por outro lado, as empresas prestadoras intermediárias de serviços de transmissão de comunicações em rede (arts. 11.º, ss., da LCE)⁽⁵⁸⁾. Sublinhe-se ainda que esta natureza tipicamente empresarial dos sujeitos ativos dos contratos B2C não é desmentida pelo art. 24.º da LCE, segundo o qual o regime legal é aplicável “a todo o tipo de contratos celebrados por via eletrónica ou informática, sejam ou não qualificáveis como comerciais”: com tal disposição terá o legislador pretendido fundamentalmente esclarecer o princípio da universalidade da contratação eletrónica e do respetivo regime — o qual, salvo as exceções previstas na lei (“*maxime*”, art. 25.º, n.º 2 da LCE), não conhece limitações nas tradicionais divisões do direito privado e até do direito em geral (v.g., contratos civis, comerciais, administrativos) —, de modo algum infirmando que a esmagadora maioria dos atuais contratos de consumo relativos ao comércio eletrónico é celebrada por prestadores de serviços que revestem a natureza de empresas.

III. Relativamente ao sujeito passivo, a lei fala aqui de “*destinatário*” (arts. 3.º, n.º 1 e 28.º, n.º 1 da LCE), para designar qualquer pessoa singular ou coletiva que solicitou e a quem é prestado o serviço, definindo ainda o legislador comunitário como tal “qualquer pessoa, singular ou coletiva, que, para fins profissionais ou não, utilize um serviço da sociedade da informação, nomeadamente para procurar ou para tornar acessível determinada informação” [art. 2.º, *d*) da DCE]. Por conseguinte, os destinatários dos serviços da sociedade de informação poderão ou não ser consumidores, já que o regime legal é aplicável independentemente da finalidade ou destino final dos mesmos (privado ou profissional), abrangendo assim também, e salvo disposição expressa em contrário, os destinatários que sejam empresários (contratos “business-to-business” ou B2B): na contratação eletrónica ou em rede, um consumidor será sempre destinatário de um serviço da sociedade de informação, mas nem todo o destinatário será necessariamente um consumidor. Por outra banda, no caso dos contratos B2C, o conceito de ciberconsumidor e a sua tutela jurídica reconduzem-se à noção geral de consumidor (art. 2.º da LDC) e aos quadros jurídicos gerais da sua proteção (art. 3.º da LDC), sem prejuízo naturalmente das

(58) Tal significa também a existência de um feixe de outros contratos, que aqui não serão naturalmente objeto de atenção: pense-se, designadamente, nos contratos de prestação de serviços de telecomunicações, contratos de assinatura ou acesso à “internet”, contratos de organização de páginas “web”, ou contratos de hospedagem de “home pages”.

especificidades próprias adiante assinaladas⁽⁵⁹⁾: assim sendo, serão “ciber-consumidores” ou consumidores internautas, partes de um contrato B2C, as pessoas (em regra, singulares) que tenham solicitado e utilizado tais serviços para fins privados, com exclusão de quaisquer fins empresariais ou profissionais.

IV. No que diz respeito ao seu *âmbito objetivo*, os contratos B2C devem preencher os requisitos que resultam da própria definição legal: é considerado como serviço da sociedade de informação “qualquer serviço prestado à distância por via eletrónica, mediante remuneração ou pelo menos no âmbito de uma atividade económica na sequência de pedido individual do destinatário” (art. 3.º, n.º 1 da LCE).

V. Assim sendo, tais contratos contradistinguem-se por determinadas características próprias. Trata-se, desde logo, de contratos *à distância*, isto é, celebrados sem a presença simultânea dos contraentes (“inter absentes”) no âmbito de um sistema de negociação organizado pelo empresário/prestador: estão assim excluídos os contratos B2C que sejam executados entre presentes ou através de contacto imediato (v.g., videoconferência, “skype”, “chat rooms”, etc.), além dos contratos B2B (que, como vimos, não estão abrangidos pela disciplina geral dos contratos à distância prevista na LCCD)⁽⁶⁰⁾. Depois, trata-se de contratos celebrados por *via eletrónica*, isto é, cujos nascimento, formação e execução são realizados mediante o processamento eletrónico de dados através de equipamentos

⁽⁵⁹⁾ Como sublinha E. DIAS OLIVEIRA, “o consumidor internauta não é merecedor de menor nem de maior proteção do que o consumidor tradicional” (*A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, 58, Almedina, Coimbra, 2002). Em sentido convergente, J. MORAIS CARVALHO, ao sublinhar que, não contendo a LCE uma noção de consumidor, deve prevalecer o conceito geral da LDC para efeitos da sua aplicação (*Comércio Eletrónico e Protecção dos Consumidores*, 43, in: II “Themis — Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa” (2006), 41-62).

⁽⁶⁰⁾ Relembre-se que o art. 3.º, f) da LCCD define contrato celebrado à distância como “um contrato celebrado entre o consumidor e o fornecedor de bens ou o prestador de serviços sem presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância até à celebração do contrato, incluindo a própria celebração” (sobre tal conceito, *vide supra* § 4-1). Além disso, refira-se ainda que o art. 2.º, b) (i) do Decreto-Lei n.º 58/2000, de 18 de abril, define como serviço à distância “um serviço prestado sem que as partes estejam simultaneamente presentes”. Considerando também os contratos eletrónicos como uma submodalidade dos contratos à distância, *vide* ainda ASCENSÃO, J. OLIVEIRA, *Contratação Electrónica*, 46, in: IV “Direito da Sociedade de Informação” (2003), 43-68; CARVALHO, J. MORAIS, *Comércio Eletrónico e Protecção dos Consumidores*, 42, in: II “Themis — Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa” (2006), 41-62; noutros quadrantes, NAVARRETE, M. MORENO, *Derecho-e: Derecho del Comercio Electrónico*, 47, Marcial Pons, Madrid, 2002.

próprios (computadores, “smartphones”, etc.)(⁶¹): em via de princípio, são indiferentes as características particulares da contratação eletrónica — abrangendo-se indistintamente a contratação eletrónica direta (“on line”) e indireta (“off line”), nacional ou internacional, aberta ou fechada (v.g., rede fechada EDI), individualizada ou massificada (v.g., através de cláusulas contratuais gerais) — e as modalidades operativas da sua realização — por exemplo, correio eletrónico (“e-mail”), páginas ou sítios “web” colocados na rede (“internet”), leilões eletrónicos, etc.(⁶²). Depois ainda, trata-se de contratos de carácter *económico-empresarial*, isto é, de carácter oneroso (mediante contrapartida ou vantagem patrimonial para as partes, mormente o pagamento de um preço) ou até gratuito, sempre que os serviços sejam prestados no âmbito da atividade económica geral do prestador do serviço (v.g., publicidade comercial). Por fim, trata-se de contratos negociados a *pedido do destinatário*, isto é, nos quais o serviço seja prestado mediante prévia ligação ou contacto em linha estabelecido pelo consumidor: estão assim excluídos, por exemplo, os serviços de rádio ou de televisão, que são prestados independentemente de uma solicitação eletrónica individual. Muito embora se trate de uma característica natural, embora não essencial, os contratos B2C serão também frequentemente (e, no caso dos contratos celebrados através de páginas ou sítios “web” na rede, necessariamente) contratos de adesão, padronizados através de cláusulas contratuais gerais, sujeitos aos deveres e controlo resultantes da LCCG(⁶³).

VI. Além disso, quanto ao objeto contratual propriamente dito, a formulação legal ampla (“qualquer serviço da sociedade da informação”) permite aqui abranger, em linha com a noção geral do art. 2.º, n.º 1 da LDC, o fornecimento de *bens* (v.g., corpóreos ou incorpóreos, duradouros ou perecíveis), a prestação de *serviços* (v.g., comerciais, financeiros, turís-

(⁶¹) O art. 2.º, b) (ii) do citado Decreto-Lei n.º 58/2000 define como serviço por via eletrónica “um serviço enviado da origem e recebido no destino através de meios eletrónicos de processamento e de armazenamento de dados que seja inteiramente transmitido, encaminhado e recebido por cabo, rádio, meios óticos ou outros meios eletromagnéticos”.

(⁶²) É importante salientar, todavia, que existem certos aspetos do regime legal que apenas são aplicáveis a determinadas modalidades operativas de contratos B2C: assim, como veremos, o regime da formação contratual, previsto nos arts. 27.º e ss., da LCE, apenas se aplica a contratos de adesão do comércio eletrónico indireto (cf. *infra* §5-6).

(⁶³) Sobre os contratos B2C como contratos de adesão, vide OLIVEIRA, A. RITA, *A Contratação Eletrónica: As Cláusulas Contratuais Gerais (Em Especial, nas Transações Realizadas via Internet) e Outros Desafios Colocados pelo Comércio Eletrónico ao Direito dos Contratos*, Diss., Univ. de Coimbra, 2016; noutros quadrantes, NAVARRETE, M. MORENO, *Derecho-e: Derecho del Comercio Electrónico*, 47 e ss., Marcial Pons, Madrid, 2002. Na jurisprudência, vide o Acórdão da RL de 21-VI-2018 (JORGE LEAL), in: <www.dgsi.pt>.

ticos, educativos, digitais, etc.) e a transmissão de *direitos* (v.g., atribuição de licenças de utilização).

3. Negociação

I. Tal como nos demais contratos de consumo, a tutela do “ciberconsumidor” faz-se logo sentir, de um modo especialmente nítido, na fase de negociação dos contratos eletrónicos B2C, consubstanciando-se numa significativa densificação das obrigações pré-contratuais da contraparte. Entre tais obrigações, destaque especial merecem os *deveres de informação pré-contratual* do prestador do serviço, cujo regime resulta da aplicação simultânea da LCE e da LCCD⁽⁶⁴⁾.

II. Constituindo os contratos B2C uma modalidade dos contratos à distância, o prestador do serviço está obrigado a fornecer ao ciberconsumidor, em tempo útil e de forma clara e compreensível, um extenso elenco de *elementos informativos gerais* (art. 4.º, n.º 1 da LCCD)⁽⁶⁵⁾. Muito embora tais deveres informativos pré-contratuais não sejam fonte, para o prestador de serviço, de uma obrigação de garantia do seu conhecimento efetivo por parte do ciberconsumidor (desde que tenham sido observados os princípios e regras gerais que regem o cumprimento de tais deveres: art. 5.º, n.º 1 da LCCD)⁽⁶⁶⁾, há que atentar na tutela especial conferida a este no âmbito dos contratos eletrónicos de consumo. Desde logo, e para além da regulação das comunicações eletrónicas não solicitadas (“spam”) (art. 8.º da LCCD, Lei n.º 46/2012, de 9 de agosto, relativa ao tratamento de dados

⁽⁶⁴⁾ Sobre os deveres de informação nestes contratos, *vide* BARROS, J. LEITE, *Os Contratos de Consumo Celebrados pela Internet*, 798 e ss., in: 3 “Revista Jurídica Luso-Brasileira” (2017), 781-843; OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, 65 e ss., Almedina, Coimbra, 2002. Para maiores desenvolvimentos, GIL-DELGADO, M. CORRIPIO, *Los Contratos Informáticos. El Deber de Información Precontratual*, Comillas, Madrid, 1991; MUSIO, IVANA, *Obblighi di Informazione nel Commercio Elettronico*, in: Sica, Salvatore/Stanzione, Pasquale (eds.), *Commercio Elettronico e Categorie Civilistiche*, 117-136, Giuffrè, Milano, 2002.

⁽⁶⁵⁾ Sobre tais amplos deveres de informação, *vide supra* §§ 3-4 e 4-4.

⁽⁶⁶⁾ Com efeito, se o prestador tem um dever de informar, *o consumidor também tem um dever de se informar*. Tudo o que se afigura ser exigível ao prestador é que este assegure que o consumidor teve acesso fácil e claro à informação pré-contratual (arts. 4.º, n.º 1 e 5.º, n.º 1 da LCCD) — vedando assim práticas que impeçam ou dificultem esse acesso (v.g., hiperligações complexas) —, mas já não que dela efetivamente o consumidor se inteirou (“*maxime*”, confirmando a leitura ou aceitação de informação prestada que, todavia, não leu). Negando também um “direito à passividade” dos consumidores, OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, 82, Almedina, Coimbra, 2002; Acórdão do STJ de 4-VI-2015 (OLIVEIRA VASCONCELOS), in: <www.dgsi.pt>.

pessoais e à proteção da privacidade no setor das comunicações eletrónicas), o legislador obrigou os prestadores de serviços, nos respetivos sítios da “internet” dedicados ao comércio eletrónico, à “indicação, de forma clara e legível, o mais tardar no início do processo de encomenda, da eventual existência de restrições geográficas ou outras à entrega e aos meios de pagamento aceites” (art. 7.º da LCCD). Além disso, sempre que, como é o caso normal, a encomenda pelo consumidor implicar uma obrigação de pagamento, o prestador do serviço deve assegurar a existência de uma confirmação expressa e consciente dessa obrigação por parte do consumidor e de um conjunto muito vasto dos referidos elementos informativos contratuais (art. 5.º, n.ºs 2 e 3 da LCCD) — designadamente, através do fornecimento de todo o clausulado contratual, diretamente ou através de hiperligação, no sítio da “internet” reservado ao processo de contratação, de cuja aceitação pelo ciberconsumidor fica dependente a encomenda eletrónica — e a existência de uma funcionalidade que informe o ciberconsumidor, de forma facilmente legível e inequívoca, que a realização da encomenda implica uma obrigação de pagamento para aquele (art. 5.º, n.º 4 da LCCD) — designadamente, através da ativação de botão ou função semelhante, com a expressão «encomenda com obrigação de pagar» ou uma formulação equivalente.

III. Por outra banda, nos termos do art. 28.º, n.º 1 da LCE, todo o prestador de serviços que celebre contratos eletrónicos deve facultar às respetivas potenciais contrapartes, antes de ser dada a ordem de encomenda, informação mínima inequívoca sobre um variado naipe de *aspectos específicos* relativos à negociação eletrónica, incluindo o processo de celebração contratual, o arquivamento ou não do contrato (bem como a respetiva acessibilidade pelo contraente), a língua ou línguas em que o contrato pode ser celebrado, os meios técnicos disponibilizados para a identificação e correção de erros de digitação da ordem de encomenda (cf. ainda art. 27.º da LCE), os termos contratuais e as cláusulas gerais do contrato a celebrar, e os códigos de conduta de que o empresário em linha seja subscritor⁽⁶⁷⁾.

⁽⁶⁷⁾ Tenha-se ainda presente que, nos termos do art. 10.º da LCE, os prestadores estão sujeitos a um *dever de disponibilização permanentemente de informação em linha*, relativamente a um conjunto de elementos de identificação que incluam, nomeadamente, o seu nome, forma ou denominação, endereço geográfico em que se encontra estabelecido e endereço eletrónico, inscrições em registos públicos e número de identificação fiscal.

4. Formação

I. Os contratos eletrónicos contradistinguem-se por constituírem um processo de contratação no qual as declarações de vontade dos contraentes são produzidas e transmitidas por meios informáticos, “*maxime*”, através de correio eletrónico (“e-mail”) e da rede (“internet”) (art. 25.º, n.º 1 da LCE). Acresce a isto que o legislador, ao contrário das habituais duas etapas do tradicional “iter” formativo dos contratos (proposta e aceitação), previu aqui quatro diferentes etapas ou momentos: a oferta em linha, a ordem de encomenda, o aviso de receção e a confirmação da ordem de encomenda (arts. 29.º a 32.º da LCE). Compreende-se assim que deva ser objeto de atenção este regime especial de formação dos contratos B2C⁽⁶⁸⁾.

II. Esse regime especial do processo formativo, que se encontra previsto nos arts. 29.º a 32.º da LCE, não prima pela clareza, originando dúvidas, quer quanto à qualificação ou especialidade do próprio processo formativo “in toto”, quer quanto à natureza jurídica e caracterização das suas etapas constitutivas (mormente, no que diz respeito às proposta e aceitação contratuais). Antes disso, advirta-se que este regime especial é apenas aplicável em toda a sua plenitude aos contratos B2C celebrados na rede (“internet”), e não já aos contratos B2C celebrados por outras modalidades eletrónicas (v.g. correio eletrónico, leilões eletrónicos, etc.)⁽⁶⁹⁾: especial destaque merecem aqui os chamados “clickwrap agreements” ou “clickthrough agreements”, que são contratos eletrónicos de consumo concluídos nas páginas “web” da empresa prestadora dos produtos ou serviços contratados, mediante um simples “clique” digital do consumidor (“I agree”,

⁽⁶⁸⁾ Sobre a formação dos contratos eletrónicos B2C, vide HOMEM, M. CARVALHO, *A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico*, in: 1 “Revista Eletrónica de Direito” (2013), 1-49; LARCHER, SARA, *A Formação dos Contratos Celebrados por Consumidores através da Internet*, DISS., Lisboa, 2005; OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados através da Internet*, 116 e ss., Almedina, Coimbra, 2002; PIZARRO, S. NÓBREGA, *Comércio Electrónico — Contratos Electrónicos e Informáticos*, 80 e ss., Almedina, Coimbra, 2005; SILVA, P. COSTA, *Transferência Eletrónica de Dados: A Formação dos Contratos*, in: I “Direito da Sociedade de Informação” (1999), 217-222; VENÂNCIO, P. DIAS, *O Contrato Eletrónico e o Momento da sua Conclusão*, in: IV “Maia Jurídica — Revista de Direito” (2006), 61-76. Noutros quadrantes, BARCELÓ, R. JULIÀ, *Comercio Electrónico entre Empresários — La Formación y Prueba del Contrato Electrónico*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2000; DAVIES, LARS, *Contract Formation on the Internet: Shattering a Few Myths*, in: AAVV, “Law and the Internet — Regulating Cyberspace”, 97-120, Hart, Oxford, 1997; MORENO, Á. GUISSADO, *Formación y Perfección del Contrato en Internet*, Marcial Pons, Madrid, 2004; SIMPSON, ANDREW/KYNSSELLA, STEPHAN, *Online Contract Formation*, Oceana Publications, New York, 2004.

⁽⁶⁹⁾ Sobre esta exclusão parcial, vide *infra* § 5-6.

“I accept”), em que este se limita a aceitar o conteúdo e as condições contratuais predispostas nessas páginas⁽⁷⁰⁾.

III. Relativamente ao primeiro momento do “iter” formativo” (*oferta eletrônica de produtos ou serviços*), é controvertido se esta oferta reveste a natureza de uma proposta contratual ou de mero convite a contratar⁽⁷¹⁾. O art. 32.º, n.º 1 da LCE dispõe que “a oferta de produtos ou serviços em linha representa uma proposta contratual quando contiver todos os elementos necessários para que o contrato fique concluído com a simples aceitação do destinatário”. Ora assim sendo, tendo ainda presente a amplitude dos deveres informativos pré-contratuais a que está sujeito o autor da oferta em linha (art. 4.º, n.º 1 da LCCD), a regra geral será a de que as ofertas eletrônicas “on line” constituídas ou integradas por enunciados contratuais completos corresponderão a verdadeiras propostas contratuais (considerando-se tais contratos concluídos e perfeitos com a respetiva aceitação pelos destinatários, a chamada “ordem de encomenda”)⁽⁷²⁾, desde que relativamente a elas um declaratório normal pudesse deduzir a vontade do prestador ofertante de se vincular juridicamente ao negócio — reservando a qualificação de mera “*invitatio ad offerendum*” para o caso (mais raro mas ainda assim possível) das demais ofertas⁽⁷³⁾. Qualquer

⁽⁷⁰⁾ KIM, NANCY, *Wrap Contracts*, Oxford University Press, London, 2013.

⁽⁷¹⁾ A qualificação jurídica da oferta eletrônica é discutida na doutrina portuguesa, havendo quem a qualifique como proposta contratual ao público (ALMEIDA, C. FERREIRA, *Direito do Consumo*, 97, Almedina, Coimbra, 2005; ASCENSÃO, J. OLIVEIRA, *Contratação Electrónica*, 63, in: IV “Direito da Sociedade de Informação” (2003), 43-68; PIZARRO, S. NÓBREGA, *Comércio Electrónico — Contratos Electrónicos e Informáticos*, 82, Almedina, Coimbra, 2005), como convite a contratar (SILVA, J. CALVÃO, *Banca, Bolsa e Seguros*, Tomo I, 100, Almedina, Coimbra, 2005) e até como nem uma coisa nem outra, preferindo remeter a solução para os casos concretos (OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, 89, Almedina, Coimbra, 2002). A questão, de resto, não divide apenas os autores nacionais, sendo também bastante controvertida além-fronteiras: cf. LEHMANN, MICHAEL (Hrsg.), *Rechtsgeschäfte im Netz — Electronic Commerce*, 83 e ss., Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 1999; TURNER, CATRIN/BRENNAN, SEAN, *Commercial Lawyers Guide to the Internet*, in: VIII “International Company and Commercial Law Review” (1997), 120-123 e 382-386.

⁽⁷²⁾ Aspeto relevante é o da chamada integração publicitária contratual, que confere validade e eficácia contratuais às declarações contidas nas mensagens publicitárias, já prevista para os contratos de consumo em geral pelo art. 7.º, n.º 5 da LDC. Sobre o relevo jurídico-negocial da publicidade na “internet” (arts. 20.º e 21.º da LCE, art. 2.º, f) da DCE), vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Direito da Publicidade — Uma Introdução*, 822 e ss., in: XCIII “Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra” (2017), 771-848; CORREIA, M. PUPO, *Conformação dos Contratos pela Publicidade na Internet*, in: VIII “Direito da Sociedade de Informação” (2009), 189-209; LEITÃO, A. MENEZES, *Publicidade na Rede*, in: VIII “Direito da Sociedade de Informação” (2009), 263-279. Para outros desenvolvimentos, CASTILLO, V. SÁNCHEZ, *Publicidad en Internet*, La Ley, Madrid, 2007.

⁽⁷³⁾ Há até quem vá mais longe, considerando que a amplitude dos deveres informativos pré-contratuais, a que estão sujeitos os prestadores em linha, obrigará estes a que as respetivas ofertas ele-

outra solução de princípio, além de se coadunar mal com a lógica da própria contratação em linha e ser contrária ao objetivo de tutela do consumidor, desaguaria necessariamente num sistema de qualificação casuística do nascimento dos contratos eletrónicos, cuja conclusão ficaria assim também, em última instância, dependente da vontade do próprio prestador ofertante (mediante a emissão ou não do aviso de receção)⁽⁷⁴⁾.

IV. Relativamente ao segundo momento do ritual formativo (*ordem de encomenda*), é também controvertida a natureza jurídica a associar-lhe, mormente se estaremos aqui ou não diante de uma aceitação que torna perfeito o contrato eletrónico. A razão fundamental para tal controvérsia — para além da terminologia utilizada, proveniente do legislador europeu (art. 11.º da DCE) e estranha à tradição jurídica portuguesa — reside na circunstância de o legislador português ter vindo prever a existência de atos posteriores à própria “ordem de encomenda” enviada pelo consumidor, designadamente a emissão de um “aviso de receção” por parte do prestador (“logo que que receba uma ordem de encomenda por via exclusivamente eletrónica, o prestador de serviços deve acusar a receção igualmente por meios eletrónicos, salvo acordo em contrário com a parte que não seja consumidora”: cf. art. 29.º, n.º 1 da LCE) e a “confirmação” por parte do destinatário (“a encomenda torna-se definitiva com a confirmação do destinatário, dada na sequência do aviso de receção, reiterando a ordem emitida”: cf. art. 29.º, n.º 5 da LCE)⁽⁷⁵⁾.

V. Quanto ao *aviso de receção* — declaração receptícia do prestador do serviço dirigida ao consumidor ordenador da encomenda que se

trónicas revistam necessariamente a natureza de verdadeiras propostas contratuais: cf. CARVALHO, J. MORAIS, *Comércio Electrónico e Protecção dos Consumidores*, 47, in: II “Themis — Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa” (2006), 41-62; PEREIRA, A. DIAS, *Comércio Electrónico e Consumidor*, 352, in: 6 “Estudos de Direito do Consumidor” (2004), 341-400.

⁽⁷⁴⁾ É consabido que a “proposta ao público” e o “convite a contratar” constituem modalidades com regime diferenciado em matéria da formação e perfeição negociais: no caso da proposta ao público, o proponente fica imediatamente colocado numa situação de sujeição perante o destinatário, o qual, enquanto titular de um direito potestativo à conclusão do contrato, tem nesta matéria a última palavra; inversamente, na “*invitatio ad offerendum*” existe um mero convite endereçado ao destinatário no sentido de este apresentar uma proposta, que o oferente poderá ou não aceitar, pelo que é agora a este (oferente) que cabe a última palavra quanto à conclusão do contrato. Sobre a distinção entre as duas figuras, ALMEIDA, C. FERREIRA, *Contratos*, Vol. I, 121 e ss., 6.ª ed., Almedina, Coimbra, 2018.

⁽⁷⁵⁾ Repare-se que a determinação do momento da celebração ou perfeição contratual não é questão meramente académica, possuindo relevância para diversos efeitos da economia dos contratos eletrónicos [pense-se, por exemplo, no direito de desistência do consumidor, cujo prazo se conta a partir da data da celebração: cf. art. 10.º, n.º 1, a) da LCCD].

encontra sujeita à observância de requisitos próprios (arts. 29.º, n.ºs 1, 3 e 4, 31.º, n.º 1 da LCE) —, afigura-se estarmos aqui diante de um dever legal pós-contratual do prestador do serviço: ou seja, tal aviso não constitui uma formalidade “ad substantiam” ou pressuposto da formação do contrato eletrónico, o qual se deve considerar assim perfeito e concluído com a ordem de encomenda emitida pelo consumidor destinatário, tratando-se antes de uma formalidade “ad probationem” ulterior a cargo do empresário prestador do bem ou serviço, imposta por razões de segurança no comércio eletrónico e tutela dos consumidores⁽⁷⁶⁾. Tal conclusão, não apenas é aquela que se melhor se coaduna com as regras gerais relativas à formação dos contratos — cuja aplicação na contratação eletrónica parece ser de algum modo corroborada pelo art. 32.º, n.º 2 da LCE, ao dispor que “o mero aviso de receção da ordem de encomenda não tem significado para a determinação do momento da conclusão do contrato” —, como também é a única que permite assegurar um modelo formativo uniforme e coerente — tendo presente, em especial, que nem sempre o aviso de receção da encomenda é exigido nos contratos B2C, mormente nos relativos ao comércio eletrónico direto (art. 29.º, n.º 2 da LCE)⁽⁷⁷⁾.

VI. Maiores são ainda porventura as perplexidades quanto à *confirmação da encomenda* — declaração receptícia emitida pelo consumidor na sequência do recebimento do aviso de receção da ordem de encomenda —, que resultam essencialmente de se tratar do derradeiro momento do “iter” negocial a que o legislador associou enigmaticamente o significado de “reiterar a ordem de encomenda” e tornar esta “definitiva” (art. 29.º, n.º 5 da LCE). A doutrina portuguesa encontra-se dividida quanto à natureza jurídica a atribuir-lhe: se alguns consideram tratar-se de um verdadeiro ato de aceitação contratual, de que dependeria a validade e perfeição

⁽⁷⁶⁾ Convergentemente, ALMEIDA, C. FERREIRA, *Contratos*, Vol. I, 171, 6.ª ed., Almedina, Coimbra, 2018; CARVALHO, J. MORAIS, *Comércio Eletrónico e Protecção dos Consumidores*, 49, in: II “Themis — Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa” (2006), 41-62; PEREIRA, A. DIAS, *A Via Eletrónica da Negociação (Alguns Aspectos)*, 281, in: 8 “Estudos de Direito do Consumidor” (2006-07), 275-290; HOMEM, M. CARVALHO, *A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico*, 24 e ss., in: 1 “Revista Eletrónica de Direito” (2013), 1-49. Em sentido oposto, sustentando tratar-se de uma formalidade necessária para a perfeição do contrato, SILVA, P. COSTA, *Contratação Eletrónica*, 188, in: AAVV, “Lei do Comércio Eletrónico Anotada”, 181-189, Coimbra Editora, Coimbra, 2005; VENÂNCIO, P. DIAS, *O Contrato Eletrónico e o Momento da sua Conclusão*, 72, in: IV “Maia Jurídica — Revista de Direito” (2006), 61-76.

⁽⁷⁷⁾ Sublinhe-se que este dever legal de emissão do aviso de receção apenas existe no caso do comércio eletrónico indireto (em que os bens ou serviços objeto da encomenda eletrónica são fornecidos pelos canais físicos tradicionais, v.g., serviços postais), já sendo dispensado no comércio eletrónico direto. Sobre esta exclusão, *vide* ainda *infra* § 5-6.

do contrato⁽⁷⁸⁾, outros sustentam tratar-se do momento terminal de uma “*facti-species*” complexa dessa aceitação contratual (sistema do “duplo clique”, em que tal aceitação dependeria simultaneamente da ordem de encomenda e da confirmação)⁽⁷⁹⁾, e outros ainda que veem nela uma condição suspensiva da eficácia do contrato (o qual, tendo-se validamente celebrado com a ordem de encomenda, apenas produziria os seus efeitos após a confirmação)⁽⁸⁰⁾. Em nossa opinião, e à semelhança do que vimos também suceder com o aviso de receção, a confirmação constitui um mero ato pós-contratual do consumidor, que não corresponde a qualquer requisito adicional da formação do contrato, representando antes um simples ato de reconhecimento ou atestação da perfeição contratual ocorrida com a ordem de encomenda⁽⁸¹⁾: a “*ratio*” deste dever legal é, de resto, nebulosa, afigurando-se uma formalidade complementar em larga medida inócua da perspetiva da segurança do comércio eletrónico e até da própria tutela do consumidor (salvo se lhe quisermos atribuir o significado de uma espécie de prazo suplementar de desistência ou “livre resolução contratual”, para além do já conferido em via geral ao consumidor pelo art. 9.º, n.º 7 da LDC e art. 10.º da LCCD).

5. Forma e Prova

I. No plano da *forma* e da *prova* das declarações de vontade dos contraentes, cumpre sublinhar os princípios da equivalência e progressiva neutralidade das formas (físicas ou eletrónicas) dos negócios jurídicos que decorrem da Lei dos Documentos Eletrónicos e da Assinatura Digital (LDE), aprovada pelo Decreto-Lei n.º 290-D/99, de 2 de agosto⁽⁸²⁾.

⁽⁷⁸⁾ ROSA, V. CASTRO, *Contratação Eletrónica*, in: AAVV, “Lei do Comércio Eletrónico Anotada”, 191-208, Coimbra, Coimbra Editora, 2005.

⁽⁷⁹⁾ SILVA, P. COSTA, *Contratação Eletrónica*, 187 e ss., in: AAVV, “Lei do Comércio Eletrónico Anotada”, 181-189, Coimbra, Coimbra Editora, 2005; VENÂNCIO, P. DIAS, *O Contrato Eletrónico e o Momento da sua Conclusão*, 72, in: IV “Maia Jurídica — Revista de Direito” (2006), 61-76.

⁽⁸⁰⁾ CARVALHO, J. MORAIS, *Comércio Eletrónico e Protecção dos Consumidores*, 50 e ss., in: II “Themis — Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa” (2006), 41-62; PEREIRA, A. DIAS, *Comércio Eletrónico e Consumidor*, 355 e ss., in: 6 “Estudos de Direito do Consumidor” (2004), 341-400.

⁽⁸¹⁾ Também neste sentido genérico, vide ALMEIDA, C. FERREIRA, *Contratos*, Vol. I, 171, 6.ª ed., Almedina, Coimbra, 2018; HOMEM, M. CARVALHO, *A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico*, 29, in: I “Revista Eletrónica de Direito” (2013), 1-49; SILVA, H. LANÇA, *Conclusão dos Contratos no Comércio Eletrónico*, 13, Verbo Jurídico, 2007.

⁽⁸²⁾ Sobre a forma dos contratos eletrónicos, vide AAVV, *Leis do Comércio Eletrónico*, 46 e ss., Centro Atlântico, Lisboa, 2000; CORREIA, M. PUPO, *Comércio Eletrónico: Forma e Segurança*,

II. Designa-se genericamente por *documento eletrónico* todo aquele que foi gerado através do processamento eletrónico de dados [art. 2.º, a) da LDE]: abrangem-se aqui, quer os documentos eletrónicos em sentido estrito — que são aqueles que, sendo criados através de computador, apenas são acessíveis através deste (v.g., ficheiros em memória RAM, em discos magnéticos ou óticos) —, quer os documentos eletrónicos em sentido amplo — também conhecidos por documentos informáticos, que são todos aqueles reproduzíveis pelos órgãos periféricos de saída do computador (“*maxime*”, impressora ou “fax”)(⁸³). Por um lado, os documentos eletrónicos são verdadeiros *documentos*. Ao dispor que “o documento eletrónico satisfaz o requisito legal da forma escrita quando o seu conteúdo seja suscetível de representação como declaração escrita” (art. 3.º, n.º 1 da LDE), o legislador veio reconhecer expressamente que as declarações negociais geradas, transmitidas e conservadas através de processamento eletrónico de dados, são documentos escritos no sentido do art. 363.º, n.º 1 do CCivil. Por outro lado, os documentos eletrónicos com assinatura eletrónica qualificada certificada possuem a *força probatória plena* dos documentos particulares assinados (art. 3.º, n.º 2 da LDE)(⁸⁴). A assinatura eletrónica qualificada consiste numa espécie de “selo eletrónico”, a qual, uma vez aposta no documento e preenchidos os requisitos cumulativos previstos na lei (aposição de assinatura eletrónica qualificada, certificação por uma entidade certificadora credenciada), faz prova material e plena das declarações constantes desse documento, sem prejuízo

in: “As Telecomunicações e o Direito na Sociedade da Informação”, 223-258, IJC, Coimbra, 1999; PIZARRO, S. NÓBREGA, *Comércio Electrónico — Contratos Electrónicos e Informáticos*, 76 e ss., Almedina, Coimbra, 2005. Noutros quadantes, MOSCARINI, LUCIO, *Formalismo Negoziale e Documento Informatico*, *in*: “Studi in Onore a Pietro Rescigno”, Vol. V, 1045-1070, Giuffrè, Milano, 1998; ORTIZ, R. ILLESCAS, *Derecho de la Contratación Electrónica*, Civitas, Madrid, 2000; STALLONE, FRANCESCO, *La Forma dell’Atto Giuridico Elettronico*, *in*: VI “Contratto e Impresa” (1990), 756-778.

(⁸³) Sobre os documentos eletrónicos, *vide* ainda FINOCCHIARO, GIUSELLA, *Documento Elettronico*, *in*: X “Contratto e Impresa” (1994), 433-450; TAGLINO, DANIELA, *Il Valore Giuridico del Documento Elettronico*, Diss., Roma, 1996. Tratamos aqui dos documentos escritos, diretamente pertinentes à contratação de consumo, dado que os documentos não escritos, físicos (v.g., fotografias, registos fonográficos) ou digitais (v.g., ficheiros informáticos de áudio, de imagem), se encontram sujeitos a um regime próprio: cf. art. 368.º do CCivil e art. 3.º, n.º 3 da LDE.

(⁸⁴) Sobre a prova eletrónica, *vide* MENDES, A. RIBEIRO, *Valor Probatório dos Documentos Emitidos por Computador*, *in*: 47/48 “Documentação e Direito Comparado” (1991), 487-527. Noutros ordenamentos jurídicos, *vide* AAVV, *Empresa y Prueba Informatica*, Bosch, Barcelona, 2007; BARCELÓ, R. JULIÀ, *Comercio Electrónico entre Empresários — La Formación y la Prueba del Contrato Electrónico*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2000; PUILLET, YVES/AMORY, BERNARD, *Le Droit de la Preuve face à l’Informatique et à la Télématique*, *in*: 37 “Revue Internationale de Droit Comparé” (1985), 331-352; GRAZIOSI, ANDREA, *Premesse ad una Teoria Probatoria del Documento Informatico*, *in*: 50 “Rivista Trimestrale di Diritto e Procedura Civile” (1998), 481-529.

naturalmente da arguição e prova da falsidade deste, nos termos gerais do art. 376.º do CCivil⁽⁸⁵⁾.

III. Nos termos da própria LCE, “é livre a celebração de contratos por via eletrónica, sem que a validade ou eficácia destes seja prejudicada pela utilização deste meio” (art. 25.º, n.º 1 da LCE). É sabido que, relativamente aos contratos civis (art. 219.º do CCivil) e comerciais (art. 3.º do CCom), vigora o princípio geral da liberdade de forma, ou consensualismo, segundo o qual a validade das declarações negociais não está sujeita a qualquer forma especial, podendo a vontade das partes ser exteriorizada por qualquer via juridicamente relevante. O referido preceito veio assim estabelecer, ao lado dos veículos ou suportes tradicionais das declarações negociais (via oral, documento escrito, documento autêntico), a *relevância da forma eletrónica* para efeitos da contratação eletrónica (já decorrente, aliás, do art. 6.º da LDE) e, conseqüentemente, a equiparação dos contratos tradicionais e eletrónicos (cf. também art. 9.º da DCE): pelo que, sempre que o concreto negócio “on line” não esteja sujeito a uma forma especial imposta por lei e ressalvados certos casos excecionais (v.g., contratos reais sobre imóveis, etc.: cf. art. 25.º, n.º 2 da LCE), as suas validade e eficácia ficam dependentes apenas da observância dos restantes requisitos materiais de celebração (partes, objeto, consentimento, etc.)⁽⁸⁶⁾.

IV. Nos termos ainda da mesma LCE, “as declarações emitidas por via eletrónica satisfazem a exigência legal de forma escrita quando contidas em suporte que ofereça as mesmas garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação” (art. 26.º, n.º 1). Tal significa agora que as declarações contidas em documento eletrónico que reúnam tais garantias (“*maxime*”, documento com assinatura eletrónica qualificada, certificada por entidade credenciada) *preenchem integralmente o requisito legal de forma escrita, cominado pela lei (forma legal) ou pelas partes (forma con-*

⁽⁸⁵⁾ Relativamente aos demais documentos eletrónicos a que falem todos ou algum desses requisitos legais (v.g., falta de assinatura eletrónica, aposição de assinatura eletrónica não qualificada, entidade certificadora não credenciada em conformidade com a lei portuguesa), valerá o princípio da *livre apreciação da prova pelo julgador*, nos termos gerais do art. 366.º do CCivil (art. 3.º, n.º 5 da LDE).

⁽⁸⁶⁾ Como refere J. VEGA VEGA, “encontramo-nos diante de uma nova forma de manifestação (transmissão) do consentimento, que não é nem a voz (contrato oral) nem um escrito (contrato escrito)”, falando então de “um princípio de equivalência funcional” entre os suportes eletrónicos e os demais suportes tradicionais [*La Forma en el Negocio Jurídico Electrónico*, in: 23 “Revista de Estudios Económicos y Empresariales” (2011), 125-163]. Cf. ainda SILVA, H. LANÇA, *Conclusão dos Contratos no Comércio Eletrónico*, 5, Verbo Jurídico, 2007.

vencional) para a formação contratual. Além disso, tenha-se ainda em conta que o mesmo diploma contém disposições relevantes em sede da perfeição jurídico-negocial das declarações de vontade contidas em documentos eletrónicos (no caso de existência de convenção, expressa ou tácita, de endereço eletrónico: cf. art. 6.º, n.ºs 1 e 4), do valor jurídico da validação cronológica aposta nesses documentos (permitindo assim fixar com extrema precisão o momento da produção dos respetivos efeitos: cf. art. 6.º, n.º 2), e do valor formal da respetiva equiparação (permitindo integrar as normas, muito abundantes na lei positiva e em contratos duradouros, que exigem comunicações por carta registada sem ou com aviso de receção: cf. art. 6.º, n.º 3, todos da LCE).

V. Por último, saliente-se que, sem prejuízo dos limites imperativos decorrentes da LCCG, as partes dos contratos B2C têm a faculdade de incluir nos seus contratos *convenções em matéria probatória*, “*maxime*”, atribuindo valor de prova plena a documentos eletrónicos que não preencham tais requisitos, mormente a outras modalidades de assinatura eletrónica (v.g., mera assinatura digitalizada), a outras entidades certificadoras (v.g., entidades estrangeiras não reconhecidas oficialmente em Portugal) ou a outros meios de prova (v.g., acesso mediante “password” no âmbito de contratação bancária “on-line”).

6. Outros Aspetos

I. O regime dos contratos de consumo eletrónicos é vasto e complexo, envolvendo diversas outras importantes especialidades e encerrando problemas de difícil resolução, a que aqui se fará uma mera alusão breve.

II. Um dos aspetos mais relevantes diz respeito às questões da *lei aplicável e jurisdição competente* nos litígios de consumo. O comércio eletrónico, e a contratação eletrónica em particular, é, carateristicamente, global e transnacional: tal como a rede mundial ou “world wide web” ignora fronteiras políticas e nacionalidade dos internautas, também assim os contratos eletrónicos de consumo são celebrados entre contratantes domiciliados e localizados fisicamente em diferentes estados. São aqui particularmente relevantes diversas normas em matéria de determinação da lei aplicável (“choice of law”) e da competência judiciária (“jurisdiction”), de fonte nacional (v.g., arts. 4.º e 5.º da LCE), europeia (v.g.,

arts. 17.º a 19.º do Regulamento UE/1215/2012, de 12 de dezembro) e internacional (com destaque para o art. 6.º do Regulamento CE/593/2008, de 17 de junho, que veio substituir o art. 5.º da Convenção de Roma de 1980)⁽⁸⁷⁾. Saliente-se, todavia, que as tradicionais normas internacional-jusprivatísticas, centradas no critério da localização geográfica para efeitos da determinação da lei aplicável e da jurisdição competente, mostram-se algo desajustadas à ubiquidade da contratação eletrónica, em especial à tutela dos ciberconsumidores em contratos B2C internacionais ou transfronteiriços: o problema crucial é que, “in cyberspace, here or there is everywhere”⁽⁸⁸⁾.

III. Quanto à *celebração, execução e à extinção* dos contratos B2C, existem várias especialidades a ter em conta, que o legislador não chegou a resolver ou esclarecer na sua totalidade. Tal o caso do momento relevante da *recepção das declarações negociais eletrónicas*. Nos termos do art. 31.º, n.º 2 da LCE, “a ordem de encomenda, o aviso de recepção e a confirmação da encomenda consideram-se recebidos logo que os destinatários têm a possibilidade de aceder a eles” (cf. também art. 11.º, n.º 1 da DCE). Acolheu-se assim uma versão mitigada da teoria da recepção, já dominante entre nós para os negócios jurídicos em geral (art. 224.º do CCivil), pelo que uma declaração eletrónica se considera eficaz logo que seja acessível ou se encontre à disposição do respetivo destinatário ou contraparte: todavia, questão discutida — atenta a especificidade das comunicações eletrónicas — é a de saber se tal acessibilidade se dá com a entrada da mensagem no servidor do destinatário ou apenas quando a mesma é descarregada na sua caixa de correio eletrónico⁽⁸⁹⁾. Mas existem muito outros exemplos.

⁽⁸⁷⁾ Sobre tais regras, vide desenvolvidamente GONÇALVES, A. SOUSA, *Evolução da Regulamentação Europeia dos Contratos de Consumo Internacionais Celebrados por Via Electrónica*, in: 162 SI (2013), 5-32; OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, 176 e ss., Almedina, Coimbra, 2002; OLIVEIRA, E. DIAS, *Lei Aplicável aos Contratos Celebrados com os Consumidores através da Internet e Tribunal Competente*, in: 4 EDC (2002), 219-239; PINHEIRO, L. LIMA, *Direito Aplicável aos Contratos Celebrados Através da Internet*, in: 66 ROA (2006), 131-190. Para mais desenvolvimentos, TANG, Z. SOPHIA, *Electronic Consumer Contracts in the Conflict of Laws*, 2.ª edição, Hart Publishing, New York, 2015.

⁽⁸⁸⁾ KRONKE, HERBER, *Applicable Law in Torts and Contracts in Cyberspace*, 65, in: “Internet — Which Court Decides? Which Law Applies?”, 65-97, Kluwer, Hague/London/Boston, 1998.

⁽⁸⁹⁾ Sobre tal questão, entre outros, vide OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, 125 e ss., Almedina, Coimbra, 2002; PEREIRA, A. DIAS, *Princípios do Comércio Electrónico*, 98 e ss., in: “Miscelâneas do IDET”, n.º 3, 77-112, Almedina, Coimbra, 2004; ROSA, V. CASTRO, *Contratação Eletrónica*, 195, in: AAVV, “Lei do Comércio Eletrónico Anotada”, 191-208, Coimbra Editora, Coimbra, 2005; VENÂNCIO, P. DIAS, *O Contrato Eletrónico e o Momento da sua Conclusão*, 70, in: IV “Maia Jurídica — Revista de Direito” (2006), 61-76.

Pense-se assim, designadamente, na questão da *capacidade negocial* dos contraentes (v.g., no caso de ciberconsumidores menores, ciberconsumidores insolventes: cf. art. 16.º, n.º 1 da DCE); da *privacidade e proteção dos dados pessoais*, disciplinada por um complexo emaranhado de disposições contidas nas Lei n.º 67/98, de 26 de outubro, relativa à proteção dos dados pessoais, Lei n.º 32/2008, de 17 de junho, relativa à conservação de dados gerados ou tratados no contexto da oferta de serviços de comunicações eletrónicas, e Lei n.º 41/2004, de 18 de agosto, relativa ao tratamento de dados pessoais e à proteção da privacidade no setor das comunicações eletrónicas); do *tempo, prazo e lugar do cumprimento* das prestações contratuais, em especial a execução da encomenda por parte do prestador de serviço (sendo em princípio aplicáveis, com as necessárias adaptações, as regras aplicáveis aos contratos à distância: cf. art. 19.º da LCCD); ou da *extinção* do contrato, muito em particular no regime do direito de desistência dos ciberconsumidores (também regido, “mutatis mutandis”, pelas normas relativas ao direito de livre resolução dos arts. 10.º e segs. da LCCD)⁽⁹⁰⁾.

IV. Por fim, mas não menos relevante, é ainda necessário ter presente a existência de certas formas de contratação eletrónica de consumo que se encontram, total ou parcialmente, excluídas do âmbito de aplicação de algumas das regras da LCE, atrás referidas. Estão neste caso os *contratos eletrónicos B2C “puros”*, ou seja, que são integralmente concluídos e cumpridos por via eletrónica: com efeito, nos contratos do comércio eletrónico direto, que têm por objeto produtos ou serviços de conteúdo incorpóreo e digital que são fornecidos imediatamente em linha ao consumidor, é dispensado o aviso de receção da ordem da encomenda por parte do prestador e, implicitamente, a confirmação do destinatário (art. 29.º, n.º 2 da LCE)⁽⁹¹⁾. Estão

⁽⁹⁰⁾ BARROS, J. LEITE, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Eletrónicos de Consumo como Forma de Extinção das Obrigações — Um Estudo de Direito Comparado Luso-Brasileiro*, in: 14 “Estudos de Direito do Consumidor” (2018), 117-183.

⁽⁹¹⁾ Por conseguinte, o processo formativo dos contratos B2C, mais atrás descrito (*infra* § 5-4), apenas vale para a contratação relativa ao comércio eletrónico indireto, em que o fornecimento dos bens ou serviços objeto da encomenda eletrónica se processa fora da rede ou “off line” (v.g., serviços postais na encomenda de um livro, transporte de eletrodoméstico encomendado), mas já não para a relativa ao comércio eletrónico direto, em que as prestações das partes são realizadas imediata e diretamente em linha ou “on line”, caracteristicamente no caso dos chamados “bens informáticos” de conteúdo incorpóreo e digital (“electronic delivered products”), v.g., livro eletrónico (“e-book”), ficheiro multimédia (v.g., “mp3”, “avi”), “software” informáticos, ficheiros digitais, bases de dados, etc. Esta última dimensão origina interessantes, mas espinhosos, problemas adicionais: pense-se, por exemplo, nos “shrinkwrap agreements”, que designam genericamente os acordos relativos às condições de uso de licença de “software” informático fornecido pela empresa virtual ao consumidor final, cuja aceitação por este apenas ocorre após a abertura, instalação, ou primeira utilização do dito produto.

também neste caso os *contratos B2C por e-mail*, que são contratos eletrônicos entre empresários e consumidores celebrados exclusivamente através de correio eletrônico ou outros meios de comunicação individual equivalente: tais contratos constituem, no essencial, negócios de consumo sujeitos às regras gerais, com as necessárias adaptações, a que não são aplicáveis as normas especiais relativas à negociação e formação previstas na LCE (art. 30.º)⁽⁹²⁾. Estão ainda, e por fim, neste caso os *contratos eletrônicos automáticos*, que designam os contratos celebrados exclusivamente através de computadores e sem qualquer intervenção humana (v.g., negociação de alta frequência)⁽⁹³⁾: tais contratos, nuclearmente assentes na transferência eletrónica de dados (“eletronic data interchange” ou EDI) e relevantes na contratação B2B (v.g., operações interbancárias, operações entre intermediários financeiros, raramente envolvendo por via direta, por conseguinte, consumidores ou contratos B2C), encontram-se sujeitos ao regime dos arts. 33.º, 25.º, e 26.º do diploma legal em referência⁽⁹⁴⁾.

⁽⁹²⁾ A razão de ser desta exclusão parece residir na circunstância de o correio eletrônico, tal como os meios de comunicação tradicionais, constituir um veículo da declaração negocial suficientemente individualizado para permitir às partes (mormente, ao consumidor) influenciar os termos do contrato, reclamando assim uma tutela menos intensa. Já mais discutível, todavia, parece ser a inaplicabilidade dos deveres informativos previstos no art. 28.º da LCE: cf. HOMEM, M. CARVALHO, *A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico*, 31, in: 1 “Revista Eletrónica de Direito” (2013), 1-49; SILVA, H. LANÇA, *Conclusão dos Contratos no Comércio Eletrónico*, 8, Verbo Jurídico, 2007.

⁽⁹³⁾ Sobre negociação de alta frequência (“high-frequency trading” ou HFT), forma sofisticada de negociação algorítmica que permite efetuar operações em escala de compra e venda de instrumentos financeiros em milésimos de segundo, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Instrumentos Financeiros*, 99, 3.ª ed., Almedina, Coimbra, 2017.

⁽⁹⁴⁾ SILVA, P. COSTA, *A Contratação Automatizada*, in: IV “Direito da Sociedade de Informação” (2003), 289-305. Sobre as novas formas de contratação automatizada, assentes nas tecnologias criptográficas e “distribution ledger technologies” (DLT), de que os “*smarts contracts*” constituem uma importante ilustração, vide BATALHA, D. FERNANDES, *Criptografia: Uma Nova Forma de Contratação Automatizada?*, in: V “Cyber Law” (2018), 10-60; para mais desenvolvimentos, BRAEGELMANN, T. HINRICH/KAULARTZ, MARKUS, *Rechtshandbuch Smart Contracts*, Beck Verlag, München, 2019. Figura paralela, mas não idêntica, é a da contratação automática, que designa genericamente o processo de contratação realizado por intermédio de autómatos ou máquinas automáticas destinadas ao fornecimento de produtos ou à prestação de serviços (cf. ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 148 e ss., reimp. Almedina, Coimbra, 2017).

§6. Contratos de Prestação de Serviços Públicos Essenciais

1. Noção

I. Designam-se por contratos de prestação de serviços públicos essenciais (“general economic interest service contracts”, “Daseinvorsorge Verträge”) os contratos celebrados entre empresários prestadores de certos serviços de interesse económico geral e os respetivos utentes⁽⁹⁵⁾.

II. Os contratos de prestação de serviços públicos essenciais — que melhor seriam designados de contratos de prestação de serviços de interesse económico geral — encontram-se essencialmente previstos e regulados na Lei n.º 23/96, de 26 de julho, doravante designada *Lei dos Serviços Públicos Essenciais (LSPE)*. Vindo dar cumprimento à missão cominada no art. 9.º, n.º 8 da LDC, a LSPE veio estabelecer um conjunto de mecanismos específicos de proteção dos sujeitos passivos de tais contratos, os quais, conjuntamente com as diferentes leis reguladoras de cada um dos serviços abrangidos (v.g., LCE para os serviços de comunicações eletrónicas, Lei do Sistema Elétrico Nacional para os serviços de eletricidade, etc.), integram o regime deste tipo contratual.

III. Os contratos de prestação de serviços públicos essenciais são *contratos de direito privado*, e não de direito público. Segundo um entendimento doutrinal e jurisprudencial, ao menos quando os prestadores do serviço revestissem a forma de entidade pública, estaríamos diante de contratos administrativos, dado que, prosseguindo aqueles fins de interesse

⁽⁹⁵⁾ ALMEIDA, C. FERREIRA, *Serviços Públicos, Contratos Privados*, in: “Estudos em Homenagem à Prof. Doutora I. Magalhães Collaço”, Vol. II, 117-143, Almedina, Coimbra, 2002; BARBOSA, A. MIRANDA, *Acerca do Âmbito da Lei dos Serviços Públicos Essenciais: Taxatividade ou Carácter Exemplificativo do Artigo 1.º, n.º 2, da Lei n.º 23/96, de 26 de Julho*, in: 6 “Estudos de Direito do Consumidor” (2004), 401-434; CARDOSO, ELIONORA, *Os Serviços Públicos Essenciais — A Sua Problemática no Ordenamento Jurídico Português*, Coimbra Editora, Coimbra, 2010; COSTA, R. AMARAL, *Os Serviços Públicos Essenciais: Perspetiva Geral*, in: 70 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2012), 52-83; FALCÃO, PEDRO, *A Tutela do Prestador de Serviços Essenciais no Ordenamento Jurídico Português*, in: 12 “Estudos de Direito do Consumidor” (2017), 389-421; FROTA, MÁRIO, *Serviços Públicos Essenciais*, in: V “Estudos de Direito do Consumo” (2017), 173-285; MENDES, C. RAMOS, *O Contrato de Prestação de Serviços de Fornecimento de Água*, Diss., Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2015; MONTEIRO, A. PINTO, *A Protecção do Consumidor de Serviços Públicos Essenciais*, in: 2 “Estudos de Direito do Consumidor” (2000), 333-350; SIMÕES, F. DIAS/ALMEIDA, M. PINHEIRO, *Lei dos Serviços Públicos Essenciais — Anotada e Comentada*, Almedina, Coimbra, 2012. Na jurisprudência, vide o Acórdão da RL de 15-XI-2007 (I. SACARRÃO MARTINS), in: XXXII CJ (2007), V, 90-92.

público e encontrando-se munidos de poderes de autoridade, jamais poderiam dar origem a relações jurídicas entre iguais⁽⁹⁶⁾. Este entendimento não se afigura de acolher. Com efeito, apesar da (equivoca) terminologia legal (“serviços públicos”), encontramos-nos diante de verdadeiros contratos privados, usualmente reconduzíveis ao contrato de compra e venda ou ao contrato de fornecimento, sujeitos enquanto tais às disposições da lei civil e comercial — mormente, da LDC (quando nele intervenha um utente-consumidor), mas também das demais leis comerciais, v.g., LCCG [cf. arts. 3.º, n.º 1, c) e 9.º, n.º 3] — e sujeitos também à jurisdição dos tribunais comuns — independentemente de serem celebrados por entidades públicas ou entidades privadas concessionárias⁽⁹⁷⁾.

2. Modalidades

I. Este tipo contratual pode revestir uma pluralidade de modalidades concretas, cuja disciplina resultará da articulação das regras gerais previstas da LSPE com o regime especial e próprio regulador do *concreto serviço* abrangido pelo contrato. Entre tais modalidades, podem referir-se os contratos de serviço de fornecimento de água (Decreto-Lei n.º 194/2009, de 20 de agosto), os contratos de fornecimento de energia elétrica (Decreto-Lei n.º 29/2006, de 2 de fevereiro), os contratos de fornecimento de gás natural (Decreto-Lei n.º 30/2006, de 15 de fevereiro), os contratos de serviços de comunicações eletrónicas (Lei n.º 5/2004, de 10 de fevereiro), os contratos de serviços postais (Decreto-Lei n.º 448/99, de 4 de novembro, Lei n.º 17/2012, de 26 de fevereiro), ou os contratos de serviços de recolha e tratamento de águas residuais (Decreto-Lei n.º 152/97, de 19 de junho) e de serviços de gestão de resíduos sólidos urbanos (Decreto-Lei n.º 73/2011, de 17 de junho)⁽⁹⁸⁾.

⁽⁹⁶⁾ AMARAL, D. FREITAS, *Curso de Direito Administrativo*, Vol. II, 164, 2.ª ed., Almedina, Coimbra, 2014; LEITÃO, A. MENEZES, *A Proteção dos Consumidores no Setor das Telecomunicações*, 147, in: I “Estudos do Instituto de Direito do Consumo” (2002), 131-152; na jurisprudência, vide o Acórdão do Tribunal de Conflitos de 13-XI-2014 (A. SÃO PEDRO) e o Acórdão da RG de 2-V-2013 (CARVALHO GUERRA), ambos in: <www.dgsi.pt>.

⁽⁹⁷⁾ Convergentemente, ALMEIDA, C. FERREIRA, *Serviços Públicos, Contratos Privados*, 124, in: “Estudos em Homenagem à Prof. Doutora I. Magalhães Collaço”, Vol. II, 117-143, Almedina, Coimbra, 2002; GONÇALVES, P. COSTA, *A Concessão de Serviços Públicos*, 318 e ss., Almedina, Coimbra, 1999; na jurisprudência, vide os Acórdãos da RG de 19-2-2013 (A. BEÇA PEREIRA) e da RP de 29-V-2014 (JUDITE PIRES), ambos in: <www.dgsi.pt>.

⁽⁹⁸⁾ Para alguns destes contratos, vide MENDES, C. RAMOS, *O Contrato de Prestação de Serviços de Fornecimento de Água*, Diss., Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2015; SÁ, F. COSTA, *Con-*

II. Conquanto constituindo um tipo contratual tipicamente associado às relações de consumo, é mister sublinhar que — como vimos suceder com outros (“*maxime*”, contratos eletrónicos) — ele não reveste sempre e necessariamente a natureza jurídica de um contrato de consumo, dado que também pode ser celebrado por utentes que não sejam consumidores.

3. Requisitos

I. Quanto à figura contratual propriamente dita, importa distinguir os requisitos relativos aos seus sujeitos (requisitos subjetivos) e ao seu objeto (requisitos objetivos).

II. Relativamente aos requisitos objetivos, este tipo contratual tem por objeto a prestação dos *serviços de interesse económico geral* compreendidos no elenco do art. 1.º, n.º 2 da LSPE, sendo de salientar alguns aspetos a este respeito. Por um lado, apesar da terminologia legal (“serviços públicos essenciais”), encontramos-nos diante um conjunto de serviços de interesse económico geral, ou seja, de atividades económicas de prestação de bens ou serviços de interesse geral ou coletivo⁽⁹⁹⁾. Por outro lado, de entre tais serviços, apenas são atualmente abrangidos os serviços de fornecimento de água, de energia elétrica, e de gás natural, os serviços de comunicações eletrónicas, os serviços postais, os serviços de recolha e tratamento de águas residuais, e os serviços de gestão de resíduos sólidos urbanos⁽¹⁰⁰⁾. Finalmente, os serviços legalmente elencados são apenas

tratos de Prestação de Serviços de Comunicações Eletrónicas, Diss., Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2014.

⁽⁹⁹⁾ Sobre a noção de serviços de interesse económico geral (SIEG), bem com a sua distinção de serviço público e de serviço universal, vide D’ALTE, S. TOMÉ, *A Nova Configuração do Sector Empresarial do Estado e a Empresarialização dos Serviços Económicos*, 91, ss., Almedina, Coimbra, 2007; no domínio jusconsumerista, LIZ, J. PEGADO, *Serviços Públicos Essenciais: Públicos ou Privados?*, in: 81 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2015), 13-79.

⁽¹⁰⁰⁾ O elenco legal reveste natureza taxativa, sem prejuízo da possibilidade de a LSPE ou lei especial virem futuramente a considerar relevantes outros serviços de interesse económico geral, v.g., gás de petróleo liquefeito (Decreto-Lei n.º 5/2018, de 2 de fevereiro), transportes [cf. BARBOSA, A. MIRANDA, *Acerca do Âmbito da Lei dos Serviços Públicos Essenciais: Taxatividade ou Carácter Exemplificativo do Artigo 1.º, n.º 2, da Lei n.º 23/96, de 26 de Julho*, in: 6 “Estudos de Direito do Consumidor” (2004), 401-434]. Sublinhe-se que os serviços de comunicações eletrónicas abrangem, quer os serviços de “internet” fixa e móvel, quer os serviços de televisão, rádio, e telefone fixo ou móvel [cf. CARDOSO, ELIONORA, *Os Serviços Públicos Essenciais — A Sua Problemática no Ordenamento Jurídico Português*, 102 e ss., Coimbra Editora, Coimbra, 2010; SILVA, J. CALVÃO, *Serviços Públicos Essenciais*, 168, in: 137 “Revista de Legislação e de Jurisprudência” (2008), 165-181].

relevantes na medida em que origem contratos duradouros, cuja existência e cumprimento se prolonga no tempo mediante prestações contínuas realizadas aos utentes (excluindo-se, por exemplo, os fornecimentos em quantidade determinada, v.g., uma botija de gás ou uma garrafa de água, que serão tratados como compras e vendas)⁽¹⁰¹⁾.

III. Já relativamente aos seus requisitos subjetivos, são *sujeitos* deste tipo contratual o prestador de serviço e o utente. Por um lado, temos o *prestador de serviço*, que a lei define como “toda a entidade pública ou privada que preste ao utente qualquer dos serviços referidos no n.º 2, independentemente da sua natureza jurídica, do título a que o faça ou da existência ou não de contrato de concessão” (art. 1.º, n.º 4 da LSPE): abrangem-se aqui assim todas as empresas que prestam em mercado um dos serviços previstos na lei, sendo irrelevante se se trata de entidades de natureza privada (“*maxime*”, sociedades anónimas) ou pública (“*maxime*”, entidades públicas empresariais, empresas municipais), atuantes em setores económicos privados ou reservados (“*maxime*”, sob reserva de propriedade ou de controlo) e no exercício da livre iniciativa económica ou de autorização pública (“*maxime*”, concessão)⁽¹⁰²⁾. Aspeto relevante é ainda o *dever legal de contratar* que impende sobre o prestador do serviço: ao arrepio da regra geral do art. 405.º, n.º 1 do CCivil, ainda quando a lei não tenha previsto expressamente tal obrigação, as empresas prestadoras de serviços de interesse económico geral (em particular, as concessionárias) encontram-se vinculadas a fornecer os serviços aos utentes que assim o solicitem, concluindo com estes o contrato respetivo⁽¹⁰³⁾. Por outro lado, temos o *utente*, que a lei definiu singelamente como “a pessoa singular ou coletiva a quem o prestador do serviço se obriga a prestá-lo” (art. 1.º, n.º 3 da LSPE): daqui resulta, como já atrás se referiu, que este tipo contratual não reveste necessariamente a natureza de contrato de consumo, já que, conquanto o seu regime legal tenha sido primacialmente inspirado pela finalidade de proteção dos utentes-consumidores, ele se aplica indistinta-

⁽¹⁰¹⁾ MENDES, C. RAMOS, *O Contrato de Prestação de Serviços de Fornecimento de Água*, 23, Diss., Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2015.

⁽¹⁰²⁾ COSTA, R. AMARAL, *Os Serviços Públicos Essenciais: Perspetiva Geral*, 58, in: 70 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2012), 52-83; SIMÕES, F. DIAS/ALMEIDA, M. PINHEIRO, *Lei dos Serviços Públicos Essenciais — Anotada e Comentada*, 56, Almedina, Coimbra, 2012.

⁽¹⁰³⁾ CARDOSO, ELIONORA, *Os Serviços Públicos Essenciais*, 54 e 63, Coimbra Editora, Coimbra, 2010. Sobre esta obrigação em geral, TELES, M. GALVÃO, *Obrigação de Emitir Declaração Negocial*, Almedina, Coimbra, 2012; na doutrina estrangeira, HACKL, KARL, *Vertragsfreiheit und Kontrahierungszwang*, Duncker & Humblot, Berlin, 1980; NIVARRA, LUCA, *L'Obbligo a Contrattare e il Mercato*, Cedam, Padova, 1989.

mente a todos os demais indivíduos ou entes coletivos independentemente do destino final do serviço, incluindo, pois, os próprios empresários individuais ou coletivos no exercício das suas atividades económicas ou profissionais⁽¹⁰⁴⁾.

4. Regime

I. O cerne jusconsumerista dos contratos de prestação de serviços públicos essenciais reconduz-se a um *regime especial* associado aos direitos e obrigações nucleares das partes contratantes.

II. No plano do sujeito ativo, a obrigação nuclear do prestador do serviço (prestação do serviço de interesse económico geral convencionalizado) é reforçada por vários deveres especiais ou secundários. São eles o *dever de boa fé* (art. 3.º da LSPE), que vincula o prestador a atuar em conformidade com a boa fé e os ditames que decorram da natureza pública do serviço, tendo igualmente em conta a importância dos interesses dos utentes que se pretende proteger; o *dever de informação* (art. 4.º da LSPE), que vincula o prestador a informar os utentes das condições em que o serviço é fornecido e a prestar-lhes todos os esclarecimentos necessários, obrigando-se ainda em particular a informar estes diretamente, de forma atempada e eficaz, sobre as tarifas aplicáveis pelos serviços prestados; o *dever de continuidade* do serviço prestado (art. 5.º da LSPE), que proíbe a suspensão do serviço sem pré-aviso adequado (é o designado “corte” da luz, água, etc.), salvo caso fortuito ou de força maior, vedando, além disso, que a mesma possa ocorrer em consequência de falta de pagamento por parte do utente de qualquer outro serviço (salvo se forem funcionalmente indissociáveis) e apenas admitindo que o mesmo possa ocorrer em consequência da mora do utente após advertência tempestiva e fundamentada (ressalvadas disposições legais específicas de determinados serviços: cf. art. 52.º da LCE); e o *dever de qualidade* (art. 7.º da LSPE), vinculando o prestador do serviço a elevados padrões de qualidade, neles se incluindo o grau de satisfação dos utentes, especialmente quando a fixação do preço varie em função desses padrões.

⁽¹⁰⁴⁾ BARBOSA, A. MIRANDA, *Acerca do Âmbito da Lei dos Serviços Públicos Essenciais*, 407, in: 6 “Estudos de Direito do Consumidor” (2004), 401-434; SIMÕES, F. DIAS/ALMEIDA, M. PINHEIRO, *Lei dos Serviços Públicos Essenciais — Anotada e Comentada*, 48, ss., Almedina, Coimbra, 2012.

III. No plano do sujeito passivo, a obrigação nuclear do utente (pagamento do preço) é rodeada de um conjunto de medidas especiais de tutela do utente⁽¹⁰⁵⁾. Entre tais medidas, destacam-se as relativas aos *consumos mínimos* (art. 8.º da LSPE), que proibem a imposição e a cobrança de consumos mínimos, bem como de quaisquer importâncias a título de preço, aluguer, amortização ou inspeção periódica de instrumentos de medição dos serviços utilizados (v.g., contadores) ou de outras taxas de efeito equivalente; à *faturação detalhada e acertada* (arts. 9.º e 12.º da LSPE), que investe o utente no direito ao recebimento de uma fatura com periodicidade mensal que especifique os valores que apresenta, discrimine os serviços prestados e as correspondentes tarifas (sem prejuízo das regras particulares aplicáveis aos diferentes tipos de serviços, v.g., art. 39.º, n.º 3, c) da LCE para os serviços de comunicações eletrónicas), além do direito ao abatimento dos excessos cobrados relativamente ao consumo efetuado sempre que estes resultem do método de faturação utilizado; e à *prescrição* do crédito do prestador do serviço (art. 10.º da LSPE), sendo que o direito ao recebimento do preço do serviço prestado ou ao recebimento de pagamentos adicionais prescreve no prazo de seis meses após a prestação do serviço ou o pagamento inicial. Trata-se, neste último caso, de uma prescrição ordinária, a qual, nos termos gerais (art. 323.º do CCivil), se interrompe com a propositura da ação ou injunção judiciais pelo credor: tal significa que tais ações ou injunções deverão ser intentadas no prazo legal de 6 meses, prazo esse que começa a correr a partir do último dia do período mensal de faturação em referência (art. 10.º, n.º 4 da LSPE, 306.º, n.º 1 do CCivil) — pressupondo que o prestador haja enviado tempestivamente a fatura ao utente, cabendo àquele o ónus da prova desse envio (arts. 10.º, n.ºs 3 e 4, e 11.º da LSPE) — e que apenas se interrompe no caso de tentativa de resolução extrajudicial do conflito (art. 15.º, n.º 2 da LSPE)⁽¹⁰⁶⁾.

⁽¹⁰⁵⁾ Para além destas medidas gerais, poderão ainda existir medidas particulares para certos consumidores em especial: é o caso do regime de *tarifa social* nos contratos de serviço de fornecimento de água com utentes em situação de carência económica (Decreto-Lei n.º 147/2017, de 5 de dezembro).

⁽¹⁰⁶⁾ Sobre o regime da prescrição, muito glosado na doutrina e jurisprudência portuguesas, vide entre muitos, com posições por vezes divergentes, CARVALHO, J. MORAIS, *Prescrição do Direito de Exigir o Pagamento do Preço nos Contratos Relativos a Serviços Públicos Essenciais*, in: LX “Scientia Iuridica” (2011), 81-99; CORDEIRO, A. MENEZES, *Da Prescrição de Créditos das Entidades Prestadoras de Serviços Públicos Essenciais*, in: 133 “O Direito” (2001), 769-810; SILVA, J. CALVÃO, *Aplicação da Lei n.º 23/96 ao Serviço Móvel de Telefone e Natureza Extintiva da Prescrição Referida no seu Art. 10.º*, in: 132 “Revista de Legislação e de Jurisprudência” (1999-2000), 135-160; na jurisprudência, vide o AUJ do STJ n.º 1/2010, de 3-XII-2009 (M. PRAZERES BELEZA), in: DR, I Série, n.º 14, de 21 de janeiro.

§7. Contratos de Crédito ao Consumo

1. Noção

I. Designa-se por contrato de crédito ao consumo (“consumer credit loan”, “Verbraucher kreditgeschäft”, “contrat de consommation de crédit”, “contratto de credito al consumo”) *o contrato pelo qual um banco, ou outra instituição creditícia ou financeira, concede ou promete conceder um crédito a um consumidor*⁽¹⁰⁷⁾.

II. Este contrato desempenha uma *função* primordial nas modernas economias de produção em série e consumo em massa, caracterizadas pela aquisição financiada de bens de consumo. Após um período originário em que os consumidores adquirentes eram financiados diretamente pelos próprios vendedores (v.g., venda a prestações), tornou-se frequente a intervenção de empresas especializadas no financiamento, usualmente uma instituição de crédito ou uma sociedade financeira.

III. O regime jurídico dos contratos de crédito ao consumo encontra-se nuclearmente previsto no Decreto-Lei n.º 133/2009, de 2 de junho, doravante designado *Lei do Crédito ao Consumo* (LCC). Frise-se que, ao lado do regime geral fixado na LCC, haverá ainda que ter em conta a existência de *regimes especiais* para certos tipos particulares de crédito ao consumo: tal o caso, designadamente, dos contratos de crédito relativos a imóveis garantidos por hipoteca (Decreto-Lei n.º 74-A/2017, de 23 de junho, Avisos do BdP n.ºs 4/2017 e 5/2007, de 22 de setembro)⁽¹⁰⁸⁾.

2. Requisitos

I. O âmbito desta figura contratual encontra-se delimitado, simultaneamente, pela positiva (requisitos subjetivos e objetivos) e pela negativa (exclusões).

⁽¹⁰⁷⁾ Sobre a figura, com especial incidência na sua dimensão jusconsumerista, vide CASTELO, HIGINA, *Crédito ao Consumo e Diversidade de Tipos Contratuais*, in: “Direito do Consumo”, 103-111, CEJ, Ebook, 2014; COELHO, N. RIBEIRO, *O Consumidor e a Tutela do Consumo no Âmbito do Crédito ao Consumo*, in: 103 “Revista do Ministério Público” (2005), 70-109; FROTA, ÂNGELA, *Crédito ao Consumidor*, in: V “Estudos de Direito do Consumo” (2017), 375-393; MORAIS, F. GRAVATO, *Contratos de Crédito ao Consumo*, Almedina, Coimbra, 2007; MORAIS, F. GRAVATO, *Proteção do Consumidor a Crédito na Celebração e Execução do Contrato*, in: “Direito do Consumo”, 115-128, CEJ, Ebook, 2014.

⁽¹⁰⁸⁾ DUARTE, R. PINTO, *O Novo Regime do Crédito Imobiliário a Consumidores*, Almedina, Coimbra, 2018.

II. Do ponto de vista do seu âmbito subjetivo de aplicação, trata-se de um tipo contratual concluído entre “*credores*” e “*consumidores*” [art. 4.º, n.º 1, *c*] da LCC]. Quanto aos primeiros (“credores”), que a lei define como “qualquer pessoa singular ou coletiva que concede ou que promete conceder um crédito no exercício da sua atividade comercial ou profissional”, estarão aqui abrangidos, em primeira linha, os bancos, as instituições financeiras de crédito, e as sociedades financeiras para aquisições a crédito, enquanto empresas que exercem profissionalmente atividades de financiamento [art. 4.º, n.º 1, *b*] da LCC, arts. 3.º, *a*) e *f*), 6.º, n.º 1, *b*) (*i*) do RGIC]. Quanto aos últimos (“consumidores”), corroborando o sentido restrito do conceito na legislação portuguesa, a lei abrangeu apenas os mutuários que revestem a natureza de pessoa singular [art. 4.º, n.º 1, *a*] da LCC]: em regra, tratar-se-á de clientes individuais de bancos ou de outras instituições ou sociedades financeiras creditícias que com estas possuam uma relação jurídica ou comercial no exercício da atividade própria destas, mormente na base de um contrato de conta bancária⁽¹⁰⁹⁾.

III. Do ponto de vista do seu âmbito objetivo de aplicação, tais contratos podem ter por objeto qualquer *concessão ou promessa de concessão de crédito*, designadamente sob a forma de diferimento de pagamento, mútuo, utilização de cartão de crédito, ou qualquer outro acordo de financiamento semelhante [arts. 4.º, n.º 1, *c*), 8.º, 15.º, e 23.º da LCC]: isto significa que eles podem ser realizados através de figuras negociais tão variadas quanto a venda a prestações, o mútuo bancário, a abertura de crédito, o descoberto bancário, a emissão de cartão bancário, a locação financeira, ou o aluguer de longa duração⁽¹¹⁰⁾.

IV. Em contrapartida, o referido regime legal tem a sua aplicação excluída ou limitada em determinadas situações, v.g., financiamento de aquisição imobiliária, créditos de montante muito baixo ou elevado, créditos garantidos por hipoteca imobiliária, créditos resultantes de transação judicial, etc. (arts. 2.º e 3.º da LCC).

⁽¹⁰⁹⁾ Sobre o contrato de conta bancária, também designado de “abertura de conta”, enquanto contrato-quadro que estabelece a disciplina geral de formação e regulação dos diversos negócios bancários individuais que venham futuramente a ser celebrados entre banco e cliente, *vide* ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Bancários*, 84 e ss., *in*: AAVV, “Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Carlos Ferreira de Almeida”, Vol. II, 71-155, Almedina, Coimbra, 2011.

⁽¹¹⁰⁾ CASTELO, HIGINA, *Crédito ao Consumo e Diversidade de Tipos Contratuais*, *in*: “Direito do Consumo”, 103-111, CEJ, Ebook, 2014.

V. O regime legal é bastante complexo. Ilustração do caráter bifronte dos contratos de consumo como contratos (unilateralmente) comerciais, este tipo contratual reveste, simultaneamente, uma natureza jusbancária e jusconsumerista: em seguida, analisaremos apenas as notas distintivas do seu regime jusconsumerista, analisando sucessivamente a regulação da sua negociação e formação, do seu conteúdo e do seu cumprimento⁽¹¹¹⁾.

3. Negociação e Formação

I. Desde logo, no que concerne à *negociação e formação* dos contratos de crédito ao consumo, deve ser sublinhada a existência de um vasto conjunto de deveres pré-contratuais e contratuais a cargo do credor mutuante.

II. Entre eles, salientem-se os *deveres publicitários*, com particular destaque para a TAEG (art. 5.º da LCC), sem prejuízo da sujeição geral às disposições relevantes do CPub e da LPCD; os *deveres de informação* (arts. 6.º a 9.º da LCC), que compreendem uma ampla gama de informações visando permitir ao consumidor tomar uma decisão esclarecida, substanciadas num formulário ou ficha padronizada («Informação Normalizada Europeia em Matéria de Crédito a Consumidores» (Anexo II da LCC)⁽¹¹²⁾; e o *dever de avaliação da solvabilidade do consumidor* (arts. 10.º e 11.º da LCC), o qual, com vista a assegurar a tutela dos interesses individuais do consumidor (prevenção do crédito irresponsável e insolvência) e os próprios interesses gerais (prevenção do sobre-endividamento dos particulares e do crédito bancário malparado), obriga a entidade mutuante a proceder a uma avaliação da capacidade do mutuário manter a sua solvabilidade, reunindo e ponderando um conjunto de informações relevantes para este efeito (v.g., situação familiar, situação laboral, patri-

⁽¹¹¹⁾ Sobre o regime jusbancário deste contrato, *vide* ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Bancários*, 107 e ss., *in*: AA.VV., “Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Carlos Ferreira de Almeida”, Vol. II, 71-155, Almedina, Coimbra, 2011.

⁽¹¹²⁾ Frise-se que a entidade mutuante não está apenas vinculada por deveres informativos, mas também por um dever de assistência pré-contratual perante o consumidor mutuário, que lhe impõe uma atitude pró-ativa de esclarecimento com o objetivo de permitir a este último avaliar se o contrato de crédito proposto se adapta às suas necessidades e à sua situação financeira, devendo os esclarecimentos orais ser-lhe ainda entregues em documento escrito ou noutro suporte duradouro (art. 7.º da LCC).

mónio e rendimentos, consulta de bases de dados de responsabilidades de crédito, etc.)(¹¹³).

III. Por seu turno, no plano da formação contratual, a celebração do contrato deve revestir *forma especial*, mediante a sua redução a documento escrito ou eletrónico assinado pelas partes e dotado de um conteúdo mínimo imperativo (art. 12.º, n.os 1, 3 a 5 da LCC)(¹¹⁴), acarretando a respetiva inobservância uma invalidade atípica do contrato (ou seja, a sua nulidade não é de conhecimento oficioso e apenas é invocável pelo consumidor: cf. art. 220.º do CCivil, art. 13.º, n.os 1 e 5 da LCC)(¹¹⁵). Sublinhe-se que a lei prevê ainda, expressamente, a obrigação de entrega ao consumidor e eventuais garantes (v.g., fiador, cônjuge)(¹¹⁶) de um exemplar do documento escrito do contrato — obrigação essa aplicável indistintamente aos contratos de crédito ao consumo presenciais (em que a entrega deve ocorrer no momento da assinatura) e à distância (em que a mesma poderá ocorrer em momento posterior) (art. 12.º, n.º 2 da LCC)(¹¹⁷), cabendo ao mutuante o ónus da prova dessa entrega(¹¹⁸), sem prejuízo de

(¹¹³) Sobre este dever, que conhece concretizações (v.g., arts. 16.º e ss. do Decreto-Lei n.º 74-A/2017, de 23 de junho, sobre crédito imobiliário a consumidores) e que se encontra regulamentado pelo Aviso do BdP n.º 4/2017, de 20 de setembro, e cujo incumprimento acarreta sanções contraordenacionais (art. 30.º da LCC), vide SALAZAR, C. MOREIRA, *Crédito Responsável e Dever de Avaliação da Solvabilidade do Consumidor*, Diss., UCP, Porto, 2012.

(¹¹⁴) Ao invés do que sucedia anteriormente [cf. Acórdão da RP de 12-X-2000 (COELHO DA ROCHA), in: XXV CJ (2000), IV, 208-210], tal documento contratual perdeu força executiva à luz do atual art. 703.º do CPC.

(¹¹⁵) Sem prejuízo dos casos em que, tendo o consumidor atuado em conformidade com a aceitação do contrato, venha mais tarde frustrar as legítimas expectativas comprovadamente criadas na contraparte ao invocar abusivamente a sua nulidade com fundamento na inobservância da forma (sobre o abuso de direito como limite de exercício dos direitos dos consumidores, vide já *supra* nota 28). Noutros quadrantes, AMAYUELAS, E. ARROYO, *La Forma del Crédito al Consumo y las Sanciones para el Caso de Contravención*, in: 1 “Revista Electrónica de Direito” (2014), 1-28.

(¹¹⁶) Muito embora mantendo-se o contrato de crédito, são nulas as garantias prestadas se o garante ou garantes não receberem um exemplar do mesmo (art. 13.º, n.º 2 da LCC). Cf. CAMPOS, I. MENÉRES, *Notas Breves sobre os Mecanismos de Garantia do Cumprimento no Crédito ao Consumo*, in: “Liber Amicorum Mário Frota”, 291-310, Almedina, Coimbra, 2012.

(¹¹⁷) Em sentido inverso, dispensando a entrega nos contratos à distância, vide MORAIS, F. GRAVATO, *Proteção do Consumidor a Crédito na Celebração e Execução do Contrato*, 119, in: “Direito do Consumo”, 115-128, CEJ, Ebook, 2014. Sobre o ponto, vide ainda os Acórdãos da RL de 29-I-2008 (ARNALDO SILVA), in: XXXIII CJ (2008), I, 85-87, e da RP de 19-I-2010 (HENRIQUE ANTUNES), in: XXXV CJ (2010), I, 11-19.

(¹¹⁸) CARVALHO, J. MORAIS/TEIXEIRA, MICAEL, *Crédito ao Consumo — Ónus da Prova de Entrega de Exemplar e Abuso de Direito de Invocar a Nulidade*, in: 42 “Cadernos de Direito Privado” (2013), 36-52; na jurisprudência, os Acórdãos do STJ de 5-12-2006 (SOUSA LEITE) e de 7-I-2010 (M. PRAZERES BELEZA), da RL de 14-III-2013 (PEDRO MARTINS), e da RC de 4-V-2010 (GONÇALVES FERREIRA), in: <www.dgsi.pt>.

requisitos adicionais para certas formas especiais do crédito ao consumo (cf. pontos 9.º e 10.º do Aviso do BdP n.º 11/2001, de 20 de novembro, relativo à emissão de cartões de crédito e débito) —, além de prever implicitamente a obrigação de entrega da quantia mutuada para a perfeição do contrato — que assim se afigura revestir uma natureza real “quod constitutionem”⁽¹¹⁹⁾.

4. Conteúdo

I. Quanto ao conteúdo do contrato, merecem destaque especial as normas relativas à taxa anual de encargos efetiva global [arts. 4.º, n.º 1, g), 6.º, n.º 3, g), e 24.º da LCC] e aos juros (art. 28.º da LCC).

II. *A taxa anual de encargos efetiva global (TAEG)* constitui um elemento essencial da tutela do consumidor, funcionando como um parâmetro objetivo que permite àquele conhecer o custo real global do crédito a conceder e simultaneamente compará-lo com ofertas congêneres e concorrentes no mercado: por TAEG entende-se o custo integral do crédito para o consumidor expresso em percentagem anual do montante total do crédito, abrangendo todos os valores a pagar no pressuposto de que o contrato será integralmente cumprido, incluindo os montantes atuais das obrigações assumidas, os juros remuneratórios, os encargos atuais e futuros que tenham sido acordados, os custos de manutenção da conta, os custos das operações de pagamento, etc. [arts. 4.º, n.º 1, g), 24.º e Anexo I da LCC]. Trata-se de um aspeto fundamental da fase pré-contratual — devendo constar da publicidade comercial (art. 5.º da LCC) e da ficha de informação normalizada [arts. 6.º, n.º 3, g), 8.º, n.º 2, a) da LCC] — e do conteúdo contratual — devendo ser objeto de menção obrigatória expressa [art. 12.º, n.ºs 3 e 5, a) da LCC] —, sob pena da nulidade do contrato (art. 13.º, n.º 5 da LCC)⁽¹²⁰⁾.

⁽¹¹⁹⁾ Esta natureza real deve ser habilmente entendida, tanto no sentido em que se basta com a mera entrega eletrónica da quantia mutuada (de modo algum pressupondo a sua entrega física), como no sentido em que se considera satisfeita com a entrega realizada à empresa vendedora do bem (de modo algum se pressupondo que ela seja feita diretamente ao consumidor). Cf. Acórdão do STJ de 22-VI-2005 (OLIVEIRA BARROS), in: XIII CJ/STJ (2005), II, 134-140.

⁽¹²⁰⁾ Sobre a TAEG, vide os Acórdãos da RL de 7-VII-2001 (FARINHA ALVES) e de 9-II-2006 (OLINDO GERALDES), bem como da RC de 6-VII-2010 (CARLOS GIL), todos in: <www.dgsi.pt>. No direito europeu, LUTZ, PAUL, *Taux Débitteur et TAEG dans la Directive Européenne sur le Crédit aux Consommateurs*, in: 44 “Recueil Dalloz” (2009), 2955-2958.

III. Relevante é também o regime especial previsto em matéria de *juros usurários* (art. 28.º da LCC). Assim sendo, para além dos limites gerais decorrentes dos arts. 559.º-A e 1146.º do CCivil (aplicáveis por força do §2 do art. 102.º do CCom)⁽¹²¹⁾, serão também havidos como usurários os contratos que, no momento da respetiva celebração, fixem uma TAEG superior em 25% à taxa média praticada no mercado pelas instituições de crédito no trimestre anterior para cada tipo de contrato de crédito ao consumo (v.g., crédito pessoal, crédito automóvel, etc.) ou em 50% à taxa média dos contratos de crédito ao consumo no seu conjunto (sendo tais taxas médias divulgadas periodicamente pelo Banco de Portugal: cf. Instrução do BdP n.º 14/2013, de 17 de junho). A estipulação de TAEG usurárias não ocasiona a invalidade do contrato, originando antes a sua redução automática para metade do limiar legal máximo ultrapassado (art. 28.º, n.º 6 da LCC) e a responsabilidade contraordenacional da entidade mutuante (art. 30.º, n.º 1 da LCC)⁽¹²²⁾.

5. Cumprimento

I. Finalmente, no que concerne ao cumprimento do contrato, destacam-se as normas relativas à revogação do contrato (art. 17.º da LCC), ao cumprimento antecipado do contrato (art. 19.º da LCC) e ao incumprimento do contrato (art. 20.º da LCC).

II. O direito à “revogação” do consumidor de crédito representa mais um afloramento concreto do *direito de desistência contratual*, característico dos negócios juscomerciais celebrados com consumidores em geral. O seu regime encontra-se previsto no art. 17.º da LCC, conferindo ao consumidor o direito de, no prazo de 14 dias após a data da celebração (ou, se posterior, da receção pelo consumidor do exemplar do contrato e das informações devidas), se desvincular livremente do contrato de crédito ao consumo mediante declaração escrita ou eletrónica, devendo o consu-

⁽¹²¹⁾ O que significa que não serão lícitas as cláusulas de juros ou cláusulas penais superiores em, respetivamente, 3% e 5%, ou 7% e 9%, à taxa supletiva de juros legais, consoante exista ou não garantia real. Sobre tais limites gerais, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 243, reimpressão, Almedina, Coimbra, 2017.

⁽¹²²⁾ Sobre os juros usurários, CARVALHO, J. MORAIS, *Usura nos Contratos de Crédito ao Consumo*, in: 36 SubJ (2006), 35-53; CARVALHO, J. MORAIS, *Limites das Taxas de Juro e Usura*, in: “Direito do Consumo — Ebook”, 186-203, CEJ, Lisboa, 2014; LOUREIRO, C. SILVA, *Juros Usurários no Crédito ao Consumo*, in: 8 “Revista de Estudos Politécnicos” (2007), 265-280; na jurisprudência, Acórdão da RL de 11-II-2010 (A. LUÍSA GERALDES), in: <www.dgsi.pt>.

midor devolver ao mutuante o montante do crédito entretanto já eventualmente disponibilizado, acrescido dos respetivos juros, no prazo máximo de 30 dias⁽¹²³⁾.

III. Por outra banda, o consumidor pode ainda desembaraçar-se do contrato de crédito ao consumo em momento posterior, mediante o respetivo *cumprimento antecipado* total ou parcial. O seu regime encontra-se previsto no art. 19.º da LCC, permitindo ao consumidor uma redução do peso da sua dívida, seja mediante o pagamento total do valor do crédito em dívida, seja mediante amortizações parciais desse valor em dívida, através da redução dos juros e outros encargos relativos ao período contratual remanescente⁽¹²⁴⁾.

IV. Por fim, em caso de *incumprimento do contrato* pelo consumidor, a entidade mutuante tem o direito de exigir a resolução do contrato ou o vencimento antecipado das prestações em atraso. O regime legal desse direito encontra-se previsto no art. 20.º da LCC, o qual, ao invés do regime geral do art. 781.º do CCivil, fica dependente da falta de pagamento de duas prestações sucessivas de valor superior a 10% do montante total do crédito e do decurso infrutífero de um prazo suplementar mínimo de 15 dias concedido ao consumidor para realizar tal pagamento, sem prejuízo dos eventuais direitos fundados no contrato e em responsabilidade contratual⁽¹²⁵⁾.

§8. Contratos Turísticos

1. Noção

I. Designam-se genericamente por contratos turísticos os *contratos relativos ao exercício e à exploração empresariais de atividades de*

(123) MORAIS, F. GRAVATO, *O Direito de Revogação nos Contratos de Crédito ao Consumo: Confronto entre os Regimes Jurídicos Português e Alemão*, in: 307 “Scientia Iuridica” (2006), 457-491. Sobre o “direito de desistência” como traço característico dos contratos de consumo, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, em curso de publicação.

(124) DUARTE, PAULO, *O Direito do Consumidor ao Cumprimento Antecipado nos Contratos de Concessão de Consumo*, in: “Liber Amicorum Mário Frota”, 409-437, Almedina, Coimbra, 2012.

(125) PEREIRA, A. PATRÍCIA, *O Incumprimento do Contrato de Crédito ao Consumo pelo Consumidor*, 63 e ss., Diss., Univ. Nova de Lisboa, 2015. Saliente-se que o vencimento antecipado das prestações contratuais não implica a obrigação de pagamento dos juros remuneratórios relativos às prestações vincendas: cf. Acórdão de Uniformização de Jurisprudência n.º 7/2009, de 25 de março (CARDOSO DE ALBUQUERQUE), in: Diário da República, I Série, n.º 86, de 5 de maio.

turismo, em especial ao fornecimento de bens ou à prestação de serviços turísticos⁽¹²⁶⁾.

II. O turismo — enquanto atividade de deslocação temporária de indivíduos para locais distintos da sua residência habitual, por motivos de lazer, negócios e outros⁽¹²⁷⁾ — constitui hoje uma atividade empresarial de primeira grandeza⁽¹²⁸⁾. Os contratos turísticos constituem uma *categoria contratual heterogénea*, de contornos muito fluidos e duvidosa autonomia⁽¹²⁹⁾. Trata-se indubitavelmente de contratos comerciais, já que, por regra, são celebrados por “operadores turísticos”, os quais constituem empresas singulares ou coletivas que têm objeto a produção, exercício, gestão, intermediação e prestação de atividades, produtos e serviços de turismo, incluindo agências de viagens e turismo, empresas titulares de empreendimentos turísticos (“*maxime*”, hotéis), empresas de animação turística, etc. (art. 18.º do Decreto-Lei n.º 191/2009, de 17 de agosto). Todavia, num sentido amplo, tal categoria abrange tanto os contratos bilateralmente comerciais ou celebrados entre empresários — por exemplo, os contratos de exploração de empreendimentos turísticos (v.g., contratos de gestão hoteleira) — como os contratos unilateralmente comerciais, concluídos entre empresários e consumidores — enquanto destinatários finais ou utentes dos serviços turísticos (v.g., contratos de viagem organizada, contratos de “time sharing”, contratos de alojamento turístico e local, contratos de “catering”, etc.).

⁽¹²⁶⁾ Sobre os contratos turísticos, vide DUARTE, PAULO, *A Protecção Jurídica do Consumidor nos Contratos de Aquisição de Cartões Turísticos*, in: 0 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (1994), 25-34; FERREIRINHA, PEDRO, *Os Condomínios Turísticos*, in: “Estudos de Advocacia em Homenagem a Vasco Vieira de Almeida”, 491-499, Almedina, Coimbra, 2017; OLIVEIRA, F. PAULA/ABREU, A. VASSALO, *Instalação de Empreendimentos Turísticos em Propriedade Plural*, Almedina, Coimbra, 2014; PAIVA, R. MOURA, *Direito, Turismo e Consumo*, Renovar, Rio de Janeiro, 2012; PATRÍCIO, MANUELA, *Direito do Turismo e Alojamento Turístico*, Almedina, Coimbra, 2016. Noutros quadrantes, MINERVINI, GUSTAVO, *Il Contratto Turistico*, in: 72 “Rivista del Diritto Commerciale e del Diritto Generale delle Obliligazioni” (1974), 275-282; PUIG, V. JULIÁN, *Contratos Turísticos*, in: AAVV, “Contratos Mercantiles”, Vol. II, 909-982, 2.ª ed., Bosch, Barcelona, 2009.

⁽¹²⁷⁾ O art. 2.º, a) do Decreto-Lei n.º 191/2009, de 17 de agosto, define turismo como “o movimento temporário de pessoas para destinos distintos da sua residência habitual, por motivos de lazer, negócios ou outros, bem como as atividades económicas geradas e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades”.

⁽¹²⁸⁾ De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), o número de chegadas de turistas internacionais atingiu 1,2 biliões em 2016, representativas de um volume de negócios de quase 700 biliões de dólares, após uma sequência de sete consecutivos aumentos anuais¹, que não se verificava desde 1960. Cf. *UNWTO Annual Report 2016*, Madrid, 2017.

⁽¹²⁹⁾ Nesse sentido, PATRÍCIO, MANUELA, *Direito do Turismo e Alojamento Turístico*, 34, ss., Almedina, Coimbra, 2016; noutros países, PUIG, V. JULIÁN, *Contratos Turísticos*, in: AAVV, “Contratos Mercantiles”, 2.ª ed., Vol. II, 909-982, Bosch, Barcelona, 2009.

III. Em seguida, serão referidas algumas das mais relevantes figuras contratuais da “praxis” do consumo turístico, com particular enfoque nos mecanismos de tutela jurídica do consumidor⁽¹³⁰⁾.

2. Viagem Organizada

I. Por contrato de viagem organizada (“package travel contract”, “Pauschalreisevertrag”, “contratto di pacchetto turistico”, “contrat de voyage à forfait”, “contrato de viaje combinado”) designa-se *o contrato celebrado entre uma empresa singular ou coletiva (agência de viagens e turismo) e um cliente (viajante) que tem por objeto uma prestação unitária e complexa consistente num plano previamente organizado de viagem, que combine pelo menos dois serviços (transporte, alojamento, aluguer de veículos, e/ou serviços não subsidiários), contra o pagamento de um preço global*⁽¹³¹⁾.

II. O contrato de viagem organizada — que constitui porventura o contrato turístico por excelência dos nossos dias — encontra-se hoje previsto e regulado no Decreto-Lei n.º 17/2018, de 8 de março, tendo assim por objeto um serviço específico das atuais sociedades de consumo: o “pacote turístico”, produto acabado e unitário que, contra um preço global, coloca à disposição do viajante (“*maxime*”, turista) uma ampla gama de serviços relacionados com um programa de viagem previamente preparado por empresas especializadas. Tal contrato pode revestir duas modalidades fundamentais: uma modalidade mononegocial — correspondente ao contrato de viagem organizada “*stricto sensu*”, celebrado entre um operador e um viajante relativo à globalidade da viagem organizada — e uma modalidade plurinegocial — que envolve uma pluralidade de contratos distintos celebrados com diferentes prestadores de serviços de viagem, designadamente, diferentes operadores interligados de reserva em linha

⁽¹³⁰⁾ FROTA, MÁRIO, *Turismo e Direitos do Consumidor*, in: 78 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2014), 123-152; no plano europeu, FRAGOLA, MASSIMO, *La Figura del «Consumatore-Turista» e i Diritti ad Esso Riconosciuti nell’Ordinamento Comunitario*, in: 40 DCSI (2001), 5-58.

⁽¹³¹⁾ Sobre este contrato, vide MIRANDA, MIGUEL, *O Contrato de Viagem Organizada*, Almedina, Coimbra, 2000; RIBEIRO, J. SOUSA, *O Contrato de Viagem Organizada na Lei Vigente e no Anteprojeto do Código do Consumidor*, in: 8 “Estudos de Direito do Consumidor” (2006/07), 127-164; SANTO, L. ESPÍRITO, *O Contrato de Viagem Organizada*, Almedina, Coimbra, 2016; na jurisprudência, vide os Acórdãos da RL de 8-V-2014 (FÁTIMA GALANTE) e de 24-VI-2008 (M. ROSÁRIO MORGADO), da RP de 13-X-2009 (JOÃO PROENÇA), e da RC de 6-XI-2011 (ARTUR DIAS), todos in: <dgsi.pt>. Noutros quadrantes, VALDÉS-BLANCO, A. SOLER, *El Contrato de Viaje Combinado*, Thomson-Aranzadi, Cizur Menor, 2005.

[arts. 2.º, n.º 1, *d*) e *p*)]⁽¹³²⁾. Além de ser típico e nominado, é também um contrato *comercial* (já que apenas pode ser celebrado ativamente por empresas singulares ou coletivas inscritas no RNAVT: cf. arts. 4.º e 8.º, n.º 2, *a*), um contrato de *adesão* (já que o viajante dispõe apenas da possibilidade de aderir ou rejeitar em bloco um conjunto de cláusulas contratuais padronizadas prévia e unilateralmente elaboradas pela agência no programa de viagens: cf. arts. 17.º e 20.º), e um contrato *consensual* (cuja celebração e validade não estão sujeitas à observância de forma especial, exceto diferente vontade das partes: cf. art. 20.º, n.º 1)⁽¹³³⁾.

III. O regime legal deste tipo contratual é vasto, merecendo destaque, do ponto de vista dos interesses do consumidor (viajante), um conjunto de normas relativas à negociação, celebração, conteúdo e extinção do contrato⁽¹³⁴⁾.

IV. Assim, em *sede pré-contratual*, as normas que obrigam a agência a disponibilizar ao público informação normalizada relativa à viagem organizada (art. 17.º e Partes A e B do Anexo II), mormente no contexto dos chamados “programas de viagem” (art. 18.º), as cláusulas contratuais a incluir no contrato (art. 15.º, n.º 2), e ainda outros deveres informativos e materiais acessórios (arts. 15.º, n.º 1 e 16.º). Tal informação pré-contratual reveste uma natureza vinculativa e de oferta pública no que diz respeito às principais características da viagem organizada (v.g., destino, itinerário, períodos de estadia, meios de transporte, locais e datas da partida e regresso, localização, categoria turística do alojamento, refeições fornecidas, etc.), ao preço total da viagem organizada (incluindo impostos, taxas, encargos e outros custos adicionais), às modalidades de pagamento (incluindo os eventuais montantes ou percentagens do preço a pagar a

⁽¹³²⁾ Sublinhe-se que com a viagem organizada não se confundem *outras modalidades de viagem* — onde se incluem as viagens *por medida* (em que a organização ou o programa da viagem é da iniciativa do cliente), as viagens *turísticas “stricto sensu”* (que são viagens organizadas de duração inferior a 24 horas ou sem dormida, v.g., excursões “domingueiras”) ou as *viagens de negócios* (celebradas ao abrigo de contrato duradouro para uma pluralidade de serviços de viagem) —, cumprindo ainda distingui-la de *outros tipos de serviços turísticos* prestados pelas agências de viagens — por exemplo, a intermediação na venda ou reserva de serviços de viagem, reservas de alojamento turístico ou local, receção e assistência a turistas, etc.

⁽¹³³⁾ Inversamente, ainda quando celebrado no âmbito de um sistema de negociação à distância e sem a presença física simultânea dos contraentes, este contrato não será considerado como um contrato à distância para efeitos da aplicação do regime da LCCD [cf. art. 2.º, n.º 2, *h*) e n.º 3].

⁽¹³⁴⁾ Sobre tal regime, vide OLIVEIRA, E. DIAS, *A Proteção do Consumidor nas Viagens Organizadas*, in: “Estudos de Direito do Consumo — Homenagem a Manuel Ataíde Ferreira”, 208-232, Deco, Lisboa, 2016.

título de adiantamento e o calendário de pagamento do remanescente), ao número mínimo de pessoas exigido para a realização da viagem organizada (bem como a data limite para o respetivo cancelamento) e à informação relativa ao direito de rescisão do contrato pelo viajante (art. 19.º).

V. Em sede da *formação contratual*, sublinhe-se que o contrato, caso revista forma escrita, deve ser redigido de forma clara e compreensível (arts. 15.º, n.º 2 e 20.º, n.º 1), considerando-se concluído com a entrega ao cliente do documento de reserva e (caso exista) do programa de viagem e o pagamento, ainda que parcial, do preço (art. 20.º, n.º 2).

VI. Em sede do *conteúdo contratual*, merece destaque a exigência de um vasto conjunto de menções obrigatórias, onde se incluem, para além das requeridas na fase pré-contratual (art. 17.º), elementos informativos relativos às eventuais exigências do viajante que a agência tenha aceite, à responsabilidade da agência pela correta execução de todos os serviços de viagem contratados e pela prestação de assistência ao viajante, à identificação do nome da entidade responsável pela proteção em caso de insolvência, à identificação do representante local da agência, aos procedimentos de tratamento de reclamações e aos mecanismos de resolução alternativa de litígios, e ao direito de cessão de posição contratual (art. 20.º, n.º 3).

VII. Finalmente, em sede dos *efeitos contratuais*, saliente-se a imposição legal de deveres de informação e prestação pós-contratuais (art. 20.º, n.º 9), bem assim como a disciplina das modificações subjetivas e objetivas do contrato (arts. 22.º a 24.º) e da rescisão do contrato por iniciativa da agência ou do viajante, que inclui um direito de retratação no caso de contratos celebrados fora do estabelecimento comercial (arts. 25.º a 27.º): destaque especial merece a questão, sempre relevante, da responsabilidade civil da agência por incumprimento ou cumprimento defeituoso das prestações devidas (arts. 28.º, 35.º a 37.º, todos do citado diploma legal)⁽¹³⁵⁾. Refira-se ainda que a lei prevê, como garantias especiais dos consumidores, a existência obrigatória de um fundo de garantia de viagens e turismo (FGVT), destinado a responder solidariamente pelos créditos dos consumidores relativamente a serviços contratados a agências de viagens e turismo (arts. 37.º a 40.º), e de seguros de respon-

⁽¹³⁵⁾ SERRAT, J. BECH, *La Responsabilidad Contratual de los Organizadores y los Detallistas de Viajes Combinados*, Diss., Girona, 2001.

sabilidade civil, destinados a cobrir os riscos associados ao ressarcimento dos danos patrimoniais e não patrimoniais causados àqueles (arts. 41.º e 42.º).

3. Habitação Periódica

I. Por contratos relativos a direitos de habitação periódica (“time-share contracts”, “Teilzeitwohnrechtverträge”, “contrats de jouissance d’immeuble à temp partagé”, “multiproprietà immobiliare”) designa-se genericamente aquele *conjunto de contratos, preliminares ou definitivos, que têm por objeto a aquisição ou transmissão de direitos reais ou obrigacionais de gozo ou utilização periódica sobre unidades de alojamento integradas em empreendimentos turísticos*⁽¹³⁶⁾.

II. Com vista a permitir uma exploração plena dos empreendimentos turísticos, o legislador português, à semelhança de outros, criou uma nova modalidade de direitos reais de gozo: o *direito real de habitação periódica*, vulgarmente conhecido por “time-sharing” e previsto e regulado no Decreto-Lei n.º 275/93, de 5 de agosto, que consiste num direito de utilização temporária e periódica sobre unidades de alojamento integradas em hotéis-apartamentos, aldeamentos turísticos e apartamentos turísticos (arts. 1.º e 3.º)⁽¹³⁷⁾. Ora, o legislador e a “praxis” conhecem um conjunto de figuras contratuais surgidas em torno deste novel direito.

III. A mais relevante é, sem dúvida, a dos *contratos sobre direitos reais de habitação periódica*, que têm por objeto a aquisição e a transmis-

⁽¹³⁶⁾ Sobre a figura, BASTOS, M. MANUEL, *Direito Real de Habitação Periódica: Direito de Arrendimento*, in: AAVV, “Conflitos de Consumo”, 145-146, Almedina, Coimbra, 2006; COSTA, C. FELÍCIO/FLORIM, JOSÉ, *Do Time Sharing ou do Direito Real de Habitação Periódica*, Livraria da Universidade, Coimbra, 1997; MENDES, I. PEREIRA, *Direito Real de Habitação Periódica*, Almedina, Coimbra, 1993; na jurisprudência, vide os Acórdãos do STJ de 21-I-2016 (JOÃO TRINDADE), de 10-IV-2014 (GRANJA DA FONSECA), de 6-III-2012 (MARTINS DE SOUSA), bem como o Acórdão da RL de 2-VII-2015 (M. TERESA ALBUQUERQUE), todos in: <www.dgsi.pt>. Noutros países, vide ERMINI, MARIO/LASCIALFARI, MASSIMO, *I Contratti di Multiproprietà*, 39, ss., Giuffrè, Milano, 2003; HENZE, MARK, *The Law and Business of Time-Share Resorts*, Clark Boardman Callaghan, New York, 1982; KELP, ULLA, *Time-Sharing-Verträge*, Nomos, Baden-Baden, 2005.

⁽¹³⁷⁾ MESQUITA, HENRIQUE, *Uma Nova Figura Real: O Direito de Habitação Periódica*, in: VII “Revista de Direito e Economia” (1982), 39-69. Para mais desenvolvimentos, vide ANTUNES, H. SOUSA, *Direitos Reais*, 491, ss., UCP Editora, Lisboa, 2017; LEITÃO, L. MENEZES, *Direitos Reais*, 7.ª ed., 385 e ss., Almedina, Coimbra, 2016; VIEIRA, J. ALBERTO, *Direitos Reais*, 749 e ss., 2.ª ed., Almedina, Coimbra, 2018.

são do direito real de habitação periódica (arts. 12.º a 24.º). Entre alguns dos aspetos jusconsumeristas mais relevantes do seu regime legal, podem referir-se os relativos à *informação pré-contratual* — entre os quais se destacam a entrega obrigatória aos potenciais adquirentes de formulários normalizados (art. 9.º) e à publicidade relativa à venda ou comercialização (arts. 43.º e 44.º)⁽¹³⁸⁾ —, à *formação* do contrato — cuja celebração é efetuada mediante declaração das partes, com reconhecimento presencial das assinaturas de comprador e vendedor, aposta no certificado predial que titula o direito real, além da entrega ao primeiro do documento complementar e de um formulário de resolução (art. 13.º)⁽¹³⁹⁾ —, e à *extinção* do contrato — com destaque para o direito conferido ao adquirente de resolver o contrato de aquisição no prazo de 14 dias após a respetiva celebração, por mera declaração de vontade unilateral e discricionária (arts. 13.º-A, 16.º e 17.º)⁽¹⁴⁰⁾.

IV. Mas são ainda importantes os *contratos sobre direitos de habitação turística*, que são contratos com duração superior a um ano que têm por objeto a constituição ou transmissão de direitos obrigacionais de habitação periódica em empreendimentos turísticos (arts. 45.º a 53.º-B). Tais contratos podem revestir duas modalidades fundamentais: os “contratos de utilização periódica de bens”, pelos quais o consumidor adquire, a título oneroso, o direito de utilizar uma ou mais unidades de alojamento, por mais do que um período de ocupação, que não configure um direito real de habitação periódica [art. 45.º, n.º 2, a)]; e os” contratos de aquisição de produtos de férias de longa duração”, pelos quais o consumidor adquire, a título oneroso, o direito a beneficiar de descontos ou outras vantagens a nível de alojamento, por si só ou em combinação com serviços de viagens ou outros, nomeadamente contratos referentes a cartões e clubes de férias,

⁽¹³⁸⁾ Cf. Acórdão da RL de 21-IV-1998 (FRANCISCO DE SÁ), *in*: <www.dgsi.pt>. Sublinhe-se que em toda a publicidade, contratos e documentos relativos aos direitos de habitação periódica não pode ser utilizada a palavra “proprietário” ou outras expressões suscetíveis de criar nos adquirentes desses direitos a convicção (errónea) de serem comproprietários do empreendimento (art. 47.º): cf. Acórdão da RL de 29-II-2000 (JORGE SANTOS), *in*: <www.dgsi.pt>.

⁽¹³⁹⁾ Sobre a forma e os requisitos da celebração, vide, em sentidos parcialmente divergentes, os Acórdãos da RL de 12-X-2000 (F. ISABEL SANTOS) e da RP de 25-VI-1996 (DURVAL MORAIS), ambos *in*: <www.dgsi.pt>.

⁽¹⁴⁰⁾ GOMES, J. COSTA, *Sobre o Direito de Arrependimento do Adquirente do Direito Real de Habitação Periódica (Time Sharing) e a sua Articulação com Outros Direitos Similares noutros Contratos de Consumo*, *in*: 3 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (1995), 70-86; Acórdão da RL de 19-II-2002 (PIMENTEL MARQUES), *in*: <www.dgsi.pt>. A lei previu ainda uma regulação para os próprios *negócios preliminares*, ao disciplinar os contratos-promessa de transmissão de direitos reais de habitação periódica (arts. 17.º a 20.º): cf. Acórdão do STJ de 21-I-2016 (JOÃO TRINDADE), *in*: <www.dgsi.pt>.

cartões turísticos ou outros de natureza semelhante [art. 45.º, n.º 2, b), todos do citado diploma legal]⁽¹⁴¹⁾.

4. Alojamento Turístico

I. Por contrato de alojamento turístico designa-se o *contrato celebrado entre uma empresa turística (titular de empreendimento turístico) e um utente (turista) que tem por objeto a prestação de serviços de alojamento temporário, com ou sem fornecimento de refeições, e outros serviços acessórios (v.g., receção, limpeza, guarda de bagagens e valores, alimentação), mediante remuneração*⁽¹⁴²⁾.

II. Trata-se de um contrato nominado e atípico, cujo regime deve ser integrado, para além das regras civis e comerciais comuns (com destaque para a LCCG), pelas disposições do “Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos” (RJET), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março. Nos termos desta lei, consideram-se “empreendimentos turísticos” os estabelecimentos hoteleiros, os aldeamentos turísticos, os apartamentos turísticos, os conjuntos turísticos (“resorts”), os empreendimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural, e ainda os parques de campismo e de caravanismo, que tenham um fim lucrativo e disponham de adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares (arts. 2.º e 4.º do RJET): com exceção do alojamento local, apenas estas entidades podem prestar serviços de alojamento turístico (art. 43.º do RJET), podendo as unidades de alojamento consistir (consoante os casos) em quartos, suites, apartamentos ou moradias, destinados ao uso exclusivo e privativo dos hóspedes⁽¹⁴³⁾.

⁽¹⁴¹⁾ Sobre estes contratos, vide DUARTE, PAULO, *A Proteção Jurídica do Consumidor nos Contratos de Aquisição de Cartões Turísticos*, in: 0 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (1994), 25-37; na jurisprudência, o Acórdão da RL de 13-XI-2007 (R. RIBEIRO COELHO), in: <www.dgsi.pt>. A lei consagrou um regime próprio para este feixe de contratos, que inclui igualmente a disciplina jurídica das informações pré-contratuais (art. 47.º-A), da formação do contrato (art. 48.º) e do direito de desistência contratual (art. 49.º).

⁽¹⁴²⁾ Sobre este contrato, vide PAIVA, R. MOURA, *Direito, Turismo e Consumo*, 103 e ss., Renovar, Rio de Janeiro, 2012; PATRÍCIO, MANUELA, *Direito do Turismo e Alojamento Turístico*, 34 e ss., Almedina, Coimbra, 2016; na jurisprudência, vide os Acórdãos do STJ de 22-I-2015 (JOÃO BERNARDO) e da RC de 21-III-2006 (CURA MARIANO), ambos in: <www.dgsi.pt>. Para mais desenvolvimentos, GONZÁLEZ, I. CABRERA/MARTEL, R. PÉREZ, *El Alojamiento Turístico: Problemática y Soluciones en la Ejecución del Contrato de Hospedaje*, Dyckinson, Madrid, 2008.

⁽¹⁴³⁾ Contrato diferente, embora conexo, é o *contrato de reservas turísticas*, que consiste no contrato celebrado entre um empreendimento turístico e um operador turístico (“maxime”, uma agên-

III. Este contrato possui importantes incidências jusconsumeristas, destacando-se as obrigações pré-contratuais (mormente, publicidade: cf. art. 42.º do RJET), as obrigações contratuais (mormente, o âmbito do serviço de alojamento e dos deveres acessórios), a formação do contrato (“*maxime*”, em sede do relevo da reserva feita pelo utente) e a extinção do contrato por iniciativa do empreendimento (“overbooking”) ou do utente (cancelamento de reserva)⁽¹⁴⁴⁾.

5. Alojamento Local

I. Figura vizinha, embora autónoma, é a do contrato de alojamento local, também tradicionalmente denominado contrato de hospedagem, que *designa o contrato celebrado entre uma pessoa singular ou coletiva titular de um estabelecimento de alojamento local (hospedeiro) e um utente (hóspede) que tem por objeto a prestação de serviços de alojamento temporário, mediante remuneração*⁽¹⁴⁵⁾.

II. Trata-se igualmente de um contrato nominado e atípico — cujas raízes históricas, todavia, remontam ao “contrato de albergaria” do CCivil de 1867 (art. 1419.º) e ao “contrato de hospedagem” reconhecido pela nossa jurisprudência —, que reveste a natureza jurídica de um contrato misto decorrente da combinação de elementos característicos da locação, da prestação de serviços ou outros, consoante o âmbito das prestações do hospedeiro, que vai desde a mera cedência do gozo de imóveis mobilados até serviços vários, v.g., fornecimento de refeições, limpeza diária, transporte, guia turístico⁽¹⁴⁶⁾. Além disso, encontramos-nos diante de um contrato

cia de viagens) através do qual o primeiro reserva em favor do último um conjunto de unidades de alojamento para um determinado período temporal. Cf. MARTÍNEZ-NADAL, APPOLONIA, *El Contrato de Reserva de Plazas de Alojamiento en Régimen de Contingente*, Bosch, Barcelona, 1995.

⁽¹⁴⁴⁾ CASTRO, P. CASTAÑOS, *Derechos y Deberes de los Consumidores en los Hoteles*, Dyckinson, Madrid, 2015.

⁽¹⁴⁵⁾ Sobre este contrato, vide ALMEIDA, A. RODRIGUES, *A Actividade de Exploração de Estabelecimento de Alojamento Local*, in: 3 “Revista Electrónica de Direito” (2017), 1-30; OLIVEIRA, F. PAULA/PASSINHAS, SANDRA/LOPES, DULCE, *Alojamento Local e Uso de Fração Autónoma*, Almedina, Coimbra, 2017; FERNANDES, Marília, *Residência Fiscal e Alojamento Local*, Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas, Lisboa, 2016; na jurisprudência, vide os Acórdãos do STJ de 28-III-2017 (SALRETA PEREIRA), da RL de 20-X-2016 (I. SACARRÃO MARTINS) e de 5-IV-2011 (GOUVEIA DE BARROS), e da RP de 27-4-2017 (A. LUCINDA CABRAL) e de 15-IX-2016 (A. RODRIGUES DE ALMEIDA), todos in: <www.dgsi.pt>.

⁽¹⁴⁶⁾ Sustentando a distinção, no universo do alojamento particular para turistas, entre contratos de alojamento local e contratos de arrendamento de curta duração, GARCIA, M. OLINDA, *Arrendamento de Curta Duração a Turistas: Um (Impropriamente) Denominado Contrato de Alojamento Local*, in: 3 “Revista Electrónica de Direito” (2017), 1-23.

comercial: a atividade de alojamento local constitui “uma *atividade comercial* no sentido de que o prestador disponibiliza o serviço ao público em geral, de forma organizada e numa lógica de mercado, visando com essa atividade obter lucro”⁽¹⁴⁷⁾.

III. O regime jurídico deste tipo contratual veio a ser densificado e complexificado pelo legislador, devendo ser hoje integrado pelas disposições do “Regime Jurídico do Alojamento Local” (RJAL), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 128/2014, de 28 de setembro, o qual veio procurar disciplinar o mercado paralelo de oferta de alojamento turístico ao mesmo tempo que conferiu tratamento jurídico próprio a um tipo de oferta turística de crescente relevância. Nos termos desta lei, consideram-se “estabelecimentos de alojamento local” aqueles que prestam serviços remunerados de alojamento temporário, nomeadamente a turistas (art. 2.º, n.º 1 do RJAL), em determinadas unidades de alojamento, incluindo sob a forma de moradias, apartamentos, estabelecimentos de hospedagem (incluindo “hostels”) e quartos (art. 3.º do RJAL): aspeto relevante é o de que se presume ser esse o caso dos imóveis ou respetivas frações que sejam publicitados ou disponibilizados como alojamento temporário ou para turistas, ou daqueles em que, estando mobilados ou equipados, sejam oferecidos dormida e serviços complementares ao alojamento por períodos inferiores a 30 dias (art. 4.º, n.º 2 do RJAL)⁽¹⁴⁸⁾.

IV. O contrato de alojamento local tem como por *sujeitos* o titular singular ou coletivo do estabelecimento de alojamento local (devidamente licenciado e registado: cf. arts. 6.º e 7.º do RJAL) e o utente ou hóspede (usualmente um turista, mas não necessariamente, v.g., simples visitantes, locais, indivíduos em deslocação de trabalho) e como *objeto* típico uma

⁽¹⁴⁷⁾ ALMEIDA, A. RODRIGUES, *A Actividade de Exploração de Estabelecimento de Alojamento Local*, 11 e ss., in: 3 “Revista Electrónica de Direito” (2017), 1-30. Embora para outros efeitos, alguma jurisprudência tem qualificado tais contratos como civis, e não comerciais, com fundamento em não estarmos aqui diante de um ato de comércio (art. 2.º do CCom) (Acórdão do STJ de 28-III-2017 (SALRETA PEREIRA), in: <www.dgsi.pt>). Tal entendimento, todavia, não parece de subscrever. Para além de a maior parte dos atos de comércio objetivos se encontrarem hoje previstos fora do CCom (cf. ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 31 e ss., reimp., Almedina, Coimbra, 2017), a natureza empresarial de uma partes contratantes (“estabelecimento de alojamento local”) e a afinidade deste contrato com o contrato de alojamento turístico parecem justificar a sua qualificação (unilateralmente) comercial: saliente-se que isto nada tem que ver com o fim do contrato, que se destina indubitavelmente a fins habitacionais e não a fins comerciais.

⁽¹⁴⁸⁾ Trata-se de uma presunção relativa: os contratos celebrados por período inferior a 30 dias presumem-se de alojamento local, sem prejuízo de os interessados poderem demonstrar que se trata de contratos de arrendamento (“*maxime*”, através da exibição do seu registo no serviço de finanças).

prestação de serviço de alojamento ou dormida (sem prejuízo de serem convencionados serviços complementares ao alojamento: v.g., limpeza, televisão e internet, pequeno-almoço, etc.), revestindo uma natureza onerosa (que implica o pagamento de um preço ou contrapartida pelo hóspede ou alojado) e temporária (sendo o serviço de alojamento de curta-duração, nunca superior a 30 dias: cf. implicitamente art. 4.º, n.º 2 do RJAL).

6. “Catering”

I. Designa-se por contrato de “catering” o *contrato pelo qual uma das partes se obriga, mediante remuneração, a assegurar um serviço de fornecimento de refeições coletivas, durante um determinado período de tempo ou para um determinado tipo de evento específico, bem como outros serviços complementares (v.g., escolha e decoração do espaço, equipamentos, empregados de mesa, serviços de limpeza, coordenação do evento)*⁽¹⁴⁹⁾.

II. Contrato legalmente inominado e atípico, embora socialmente típico, o “catering” tornou-se numa figura contratual muito difundida no domínio das atividades turísticas (v.g., companhias de aviação, eventos sociais e desportivos, etc.), embora a estas não esteja confinada (v.g., hospitais, cantinas escolares, restaurantes empresariais, etc.). Tal contrato reveste, em regra, uma natureza mercantil (envolvendo uma empresa singular ou coletiva especializada), consensual (sem prejuízo da forma voluntária, frequentemente revestindo a natureza de um contrato de adesão) e mista (que combina usualmente a prestação de serviços, a empreitada e o fornecimento).

⁽¹⁴⁹⁾ Sobre este contrato, vide COALLIER, JULIEN, *Catering Services Agreement — Legally Binding*, CreateSpace Independent Publishing Platform, London, 2017; PITTALIS, MARGHERITA, *Catering*, in: 1 “Contratto e Impresa” (1989), 265-307.

Abreviaturas

- BMJ** Boletim do Ministério da Justiça
- B2B** Business to Business
- B2C** Business to Consumer
- CCivil** Código Civil
- CCom** Código Comercial
- CJ** Colectânea de Jurisprudência
- CJ/STJ** Colectânea de Jurisprudência — Acórdãos do Supremo Tribunal de Justiça
- CPub** Código da Publicidade
- CRP** Constituição da República Portuguesa
- CVM** Código dos Valores Mobiliários
- DCE** Diretiva do Comércio Eletrónico
- LCC** Lei do Crédito ao Consumo
- LCCD** Lei dos Contratos Celebrados à Distância
- LCCG** Lei das Cláusulas Contratuais Gerais
- LCE** Lei do Comércio Eletrónico
- LDC** Lei de Defesa do Consumidor
- LCE** Lei do Comércio Eletrónico
- LCS** Lei do Contrato de Seguro
- LDE** Lei dos Documentos Eletrónicos e da Assinatura Digital
- LI** Lei da Imprensa
- LPCD** Lei das Práticas Comerciais Desleais
- LPDP** Lei de Proteção de Dados Pessoais
- LR** Lei da Rádio
- LSPE** Lei dos Serviços Públicos Essenciais
- LTV** Lei da Televisão
- LVBC** Lei das Vendas de Bens de Consumo
- RC** Relação de Coimbra
- RG** Relação de Guimarães
- RL** Relação de Lisboa
- RP** Relação do Porto
- STJ** Supremo Tribunal de Justiça
- TJUE** Tribunal de Justiça da União Europeia
- UE** União Europeia