



• U • C •

FDUC FACULDADE DE DIREITO  
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Mariana Patrícia dos Santos Mendonça

O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados pela Internet

*The Law of retraction in E-commerce*

*Dissertação apresentada à Faculdade de Direito da  
Universidade de Coimbra no âmbito do 2.º Ciclo de  
Estudos em Direito (conducente ao grau de Mestre), na  
Área de Especialização em Ciência Jurídico-Forenses.*

**ORIENTADOR:** Alexandre Libório Dias Pereira

Coimbra, 2017

## **Agradecimentos**

A jornada foi longa, por vezes penosa, mas indubitavelmente valeu a pena.

Nada disto teria sido possível sozinha, pois o Homem não nasceu para viver só. Se hoje cheguei aqui significa que não estou sozinha, e agradeço por isso.

Em primeiro lugar aos meus pais, pois ensinaram-se a lutar, a não desistir nas adversidades e puseram ao meu dispor todas as ferramentas para me tornar numa mulher. Esforçaram-se diariamente para que pudesse ter a possibilidade de me cultivar e crescer nesta *mui* nobre casa. Mostraram-me os melhores caminhos para que a vida me sorrisse. Um obrigado nunca chegará, e uma vida não será suficiente para os recompensar por tudo o que por mim fizeram.

A todos os que eu amo e que sei que me amam, obrigada por nunca me terem abandonado mesmo quando o meu tempo de ócio escasseou, quando o meu cansaço falou mais alto que o carinho que sinto por vós, quando as lágrimas teimaram em cair... vocês nunca me deixaram tombar, e este trabalho tem também muito da vossa dedicação por mim.

Por fim agradeço profundamente ao meu orientador pelo acompanhamento, auxílio e acima de tudo pela paciência que teve sempre para comigo. É certo que sem os seus conselhos este trabalho teria tido uma dificuldade mais acrescida.

Orgulho-me ao dizer que este trabalho tem muito de todos vós. Obrigada por fazerem com que o caminho pareça menos espinhoso.

## **Resumo**

Esta dissertação tem como fundamental objetivo a análise das relações contratuais realizadas pela internet e a consequente proteção do consumidor através do Direito de Arrependimento.

A expansão da Internet e a banalização do seu uso para as mais variadas funções fez com que fosse necessário evoluir a forma de pensar da própria contratação. O comércio eletrónico tornou-se uma constante no nosso quotidiano e é cada vez mais indispensável para o desenvolvimento económico.

O consumidor nesta nova forma de contratar viu-se colocado numa posição de maior fragilidade, pelo que foi necessário conseguir um instrumento que garantisse o equilíbrio das relações contratuais.

O direito de arrependimento desenvolveu-se como forma de assegurar uma maior proteção ao consumidor, pelo desde cedo o legislador mostrou vontade em ir de encontro a esta necessidade.

Esta temática não se apresenta como algo de tratamento e aplicação simplista pelo que importa perceber o caminho percorrido até aos dias de hoje, desde a Europa até ao nosso ordenamento jurídico.

Por fim queremos mostrar que a evolução tecnológica avança diariamente, e isso tem vindo a colocar novas questões no que à proteção do consumidor, ao nível do exercício do direito arrependimento respeita, pelo que urge darmos resposta às novas questões levantadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Internet; Comércio Eletrónico; Consumidor; Contratos Eletrónicos; Direito de Arrependimento; Mercado Digital.

## **Abstract**

This thesis has as a fundamental objective the analysis of contractual relations carried out by the internet and the consequent consumer protection through the law of retraction.

The expansion of the Internet and the trivialization of its use for the most diverse functions made it necessary to evolve the way of thinking of their own recruitment. E-commerce has become a constant in our daily lives and is becoming increasingly essential for economic development.

The consumer in this new form of contract was placed in a position of greater fragility, so it was necessary to achieve an instrument that would guarantee the rebalancing of contractual relations.

The law of retraction develops as a way of ensuring greater protection for consumers, by which early legislators showed willingness to meet this need.

This theme is not something of simplistic treatment and applying so it is important to understand the path travelled up to the present day, since Europe up to our legal system.

Finally, we want to show that technological progress is advancing daily, and this has been putting new issues on which the consumer protection at the level of the exercise of the law of retraction, so we urgently need to give response to new issues raised.

**KEYWORDS:** Internet; e-commerce; consumer; electronic contracts; law of retraction; digital market.

## Lista de siglas e abreviaturas

Art	-artigo
C.C.	-Código Civil
CE	-Comunidade Europeia
CEE	-Comunidade Económica Europeia
Cfr.	-Conferir
DL	-Decreto lei
Nº	-Número
pág.	-Página
pp.	-Páginas
RPDC	-Revista Portuguesa de Direito do Consumo
UE	-União Europeia
Vol.	-Volume

## Índice

<b>1. A INTERNET E UMA NOVA REALIDADE.....</b>	<b>10</b>
1.1. O COMÉRCIO ELETRÓNICO .....	10
1.1.2. Princípios orientadores do comércio eletrónico.....	13
1.2. PUBLICIDADE ENGANOSA E PRATICAS ABUSIVAS .....	14
1.3. O COMÉRCIO ELETRÓNICO EM PORTUGAL.....	15
<b>2. CONTRATOS DE CONSUMO.....</b>	<b>17</b>
2.1. DEFINIÇÃO E PRINCÍPIOS.....	17
2.1.1. Condições gerais dos contratos de consumo .....	18
2.2. O CONTRATO ELETRÓNICO .....	19
<b>3. O DIREITO DE ARREPENDIMENTO.....</b>	<b>24</b>
3.1. GÉNESE .....	24
3.1.1. Definição de direito de arrependimento .....	25
3.1.2. Princípios do direito de arrependimento .....	27
3.2. DIFERENTES DESIGNAÇÕES PARA O DIREITO DE ARREPENDIMENTO.....	29
<b>4. LEGISLAÇÃO EUROPEIA.....</b>	<b>31</b>
4.1. A LEGISLAÇÃO EUROPEIA E O DIREITO DE ARREPENDIMENTO .....	31
4.2. DIRETIVA 85/577/CEE, DE 20 DE DEZEMBRO DE 1985.....	33
4.3. DIRETIVA 97/7/CE, DE 20 DE MAIO DE 1997 .....	35
4.4. DIRETIVA 2000/31/CE, DE 8 DE JUNHO .....	37
5.1. APLICABILIDADE E EXERCÍCIO.....	39
5.1.1. Lei de Defesa dos Consumidores .....	40
5.1.2. DL n. °143/2001 .....	42
5.1.3. DL n°. 24/2014 .....	42

<b>6. O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NOS DIFERENTES ORDENAMENTOS JURÍDICOS .....</b>	<b>44</b>
6.1. BREVE REFLEXÃO .....	44
<b>7. E-COMMERCE E O DIREITO DE ARREPENDIMENTO .....</b>	<b>46</b>
7.1. PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES .....	46
7.2. A PROBLEMÁTICA DA APLICAÇÃO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO .....	48
7.2.2. Limites da aplicabilidade do direito de arrependimento ao comércio eletrónico..	48
7.3. AS EXCEÇÕES DOS PRODUTOS ADQUIRIDOS ELETRONICAMENTE .....	52
7.4. HISTÓRIA EVOLUÇÃO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO .....	53
<b>8. A EUROPA E O MERCADO DIGITAL .....</b>	<b>57</b>
8.1. OS CONTEÚDOS DIGITAIS .....	57
8.2. PROPOSTA DE DIRETIVA RELATIVA AO FORNECIMENTO DE CONTEÚDOS DIGITAIS.....	59
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>63</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>66</b>

## Introdução

A escolha do presente tema para a dissertação prende-se com a importância cada vez maior da tecnologia no nosso quotidiano, e a necessidade de evolução legislativa na área para assim se conseguir assegurar a confiança e a proteção. Ao longo das próximas páginas o foco da nossa preocupação será indubitavelmente o consumidor.

Com a Internet, o Tempo e o Espaço acabam por perder grande parte do seu significado tradicional.<sup>1</sup>

É inquestionável a importância que a internet passou a ter no dia-a-dia da maioria da população; esta, que começou por ser encarada como uma ferramenta de estudo e tentativa de afirmar forças numa guerra entre as grandes potências que eram a URSS e o EUA, é hoje uma ferramenta indispensável a todos os níveis.

Esta evolução tecnológica, e também da própria mentalidade das pessoas, fez com que a sociedade se adaptasse a esta nova realidade, e desta forma começámos a depararmos com uma nova forma de contratar.

O comércio eletrónico veio assim desenvolver a economia e permitir que se realizem contratos de forma mais simples e cómoda para ambas as partes. Todavia esta mudança de paradigma, onde o contrato tradicional foi colocado um pouco de parte levou a que se enraizasse uma relação desigual entre as partes. O consumidor, na maioria das vezes, por desconhecimento, viu-se colocado numa posição de fragilidade pois a realidade comercial a que se sujeitava passou de física para virtual. Desta forma tornou-se necessário salvaguardar este sujeito débil face a um outro (fornecedor) mais conhecedor e amplamente mais protegido.

Para este mercado virtual mostrou-se também necessário existir regulamentação específica por forma a se acautelar os legítimos interesses das partes. Rapidamente se concluiu que, estando perante uma nova forma de contratar, o regime geral e tradicional já

---

<sup>1</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *A Proteção do Consumidor no quadro da directiva sobre o comércio eletrónico, Estudos de Direito do Consumidor*, 2000, pág. 77



existente se mostrariam insuficientes, sendo que iremos então elencar o conjunto de princípios essenciais à regulação do comércio eletrónico.

Face a esta nova realidade, assistimos de igual feição a novas formas de apresentar os produtos aos consumidores; estes tornaram-se alvos fáceis de atingir com recurso a técnicas de publicidade agressivas, muitas vezes ilícitas. O marketing feito pelas empresas foi pesando cada vez mais na formação da sua vontade, e isso colocou-os numa posição de grande vulnerabilidade.

Não pudemos obviamente olvidar a importância que o comércio eletrónico teve em Portugal concretamente, onde estamos habituados à presença de um direito de consumo, a ganhar cada vez mais importância no panorama legislativo.

O contrato eletrónico, um contrato de consumo, tem vindo a ser objeto de estudo por parte de vários autores, que têm tentado perceber as suas especificidades, modalidades, características...

Associado aos contratos de consumo nasceu uma figura importantíssima que será um dos elementos chave desta dissertação: o *direito de arrependimento*. Esta figura apresenta características muito próprias, rege-se por princípios específicos e levanta algumas questões na sua aplicabilidade e exercício.

O *direito de arrependimento* associado ao comércio eletrónico tem vindo a suscitar inúmeras dúvidas, sendo a nossa preocupação mostrar a génese desta emblemática figura assim como a sua aplicabilidade e exceções, e os limites que esta comporta.

Em Portugal desde cedo se mostrou uma grande preocupação com a proteção dos consumidores, pelo que o legislador tem-se mostrado sempre a par desta evolução das relações contratuais eletrónicas.

O legislador europeu também não deixou de acompanhar este avanço, tendo sido ele próprio o impulsionador da criação de um ambiente mais favorável ao comércio eletrónico sem nunca esquecer a proteção do consumidor; prova disso são as inúmeras Diretivas existentes onde se prevê o *direito de arrependimento* como válvula de escape para um reequilíbrio da relação contratual.

Esta figura foi alcançando cada vez mais importância, sendo uma realidade em diversos ordenamentos jurídicos, merecendo desta forma uma breve referência feita por nós para assim mostrarmos o quão essencial ela é na proteção dos consumidores.

Pretendemos mostrar que o caminho percorrido até aqui foi longo e têm sido feitos infindos esforços para se adaptar este instituto à “nova” realidade comercial; todavia queremos compreender se haverá a possibilidade de uma maior evolução desta figura por forma a abrangermos um maior leque de transações realizada pela internet.

## 1. A Internet e uma nova Realidade

### 1.1. O comércio eletrónico

A Corte Suprema Americana, no caso *Janet Reno versus American Civil Liberties Union*, definiu a internet “*como uma rede internacional ou de computadores interconectados, assim, consentindo que se comuniquem dezenas de milhões de pessoas, além de permitir o acesso uma vasta quantidade de informações de todo o mundo*”<sup>2</sup>

BEATRIZ FURTADO LARA, considera a internet como uma das primordiais responsáveis pelas transformações e consequentes progressos sofridos no decurso do século XX e XXI<sup>3</sup>. O surgimento da Internet coaduna-se com o decorrer da Guerra Fria onde o EUA queriam alcançar a supremacia relativamente à URSS, sendo que ao nível tecnológico encetaram diversas pesquisas, tendo uma delas dado origem à *Arpanet*, cuja criação da internet aparece associada<sup>4</sup>.

Apos a década de 90 assistimos a uma evolução na forma como pode ser vista e encarada a contratação, o recurso aos computadores para a efetivação de relações comerciais tornou-se recorrente<sup>5</sup>. “*O avanço tecnológico da informática, acompanhado da difusão da internet, levou à criação de estabelecimentos de redes universais que facilitam a troca de dados*”<sup>6</sup>, desta forma foi-nos permitido passar a encarar a internet como um meio através do qual podemos contratar. Podemos afirmar que a informática foi uma grande aliada no impulsionamento do setor comercial e económico<sup>7</sup>; tal como LUCIANO DE SOUZA refere, olhando para o comércio como uma realidade dinâmica este com o auxílio da informática desenvolveu-se por forma a ser possível contratar eletronicamente.

---

<sup>2</sup> GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de arrependimento nos contratos*, Dissertação de Mestrado, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, Lisboa, 2009, pág. 12.

<sup>3</sup> LARA, Beatriz Furtado, *O direito de arrependimento nos contratos eletrónicos de consumo*, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2011, pág.6.

<sup>4</sup> Idem.

<sup>5</sup> SOUZA, Luciano Comper de, *O comércio eletrónico: formação contratual e tipos de contratos*, Artigo adaptado de parte de um capítulo da dissertação do autor, denominada: Recusa de venda ao consumidor sob jurisdição brasileira no comércio eletrónico internacional, Faculdade de Direito Milton Campos, 2012.

<sup>6</sup> FONSECA, Ana Rita Sousa Vieira da, *Contratação Eletrónica- Uma breve Reflexão*, Dissertação de Mestrado em Direito da Empresa e dos Negócios, Universidade Católica Portuguesa, Porto, 2015, pag.7.

<sup>7</sup> Idem.

Importa então descortinar em que consiste o *comércio eletrônico*: estamos perante um conceito exato? Facilmente percebemos que a sua definição não é simples nem uniforme; A OCDE afirmou num dos seus relatórios, em 1999, que a definição consistente de *comércio eletrônico* estava em falta na comunidade internacional, pelo que deve ser feito um trabalho quer a nível nacional, quer internacional pela busca de tal definição, sendo imprescindível a colaboração de todos<sup>8</sup>. São vários os autores que procuraram definir este conceito, para JOSÉ ENGRÁCIA ANTUNES “o comércio eletrônico (*e-commerce*) consiste genericamente na realização de transações comerciais de bens e serviços por via eletrónica seja entre empresas (B2B ou *business-to-business*), seja entre estas e os consumidores (B2C ou *business-to-consume*) representa um dos vetores primordiais de evolução de atividade comercial”<sup>9</sup>. Já MÁRIO CASTRO MARQUES define o comércio eletrônico como “uma nova forma que recorre aos meios tecnológicos (por comparação com a tradicional forma de venda) para desenvolver a actividade de intermediação entre, por um lado, a produção e, por outro, o consumo de bens.”<sup>10</sup> Há quem defina esta tipologia de comércio de uma forma mais lata, sendo desta forma qualquer tipo de atividade cujo objeto seja a troca de bens materiais ou imateriais por meio eletrônico<sup>11</sup>. Atentamos que estamos perante um conceito que não possui uma definição una, sendo que na nossa opinião concordamos com CLÁUDIA LIMA MARQUES, quando esta diz que o “o comércio eletrônico nada mais é que o comércio tradicional entre produtores e consumidores realizado por meio eletrônico”<sup>12</sup>. WELLINGTON FONSECA SANTOS, define *comércio eletrônico* como a troca de dados através de computadores ou outros equipamentos eletrónicos sem que seja necessário o recurso ao tradicional suporte em papel<sup>13</sup>. Existem autores que nos apresentam

---

<sup>8</sup> PIRES, Rita Calçada, *Tributação Internacional do Rendimento Empresarial gerado através do Comércio Eletrónico*, Almedina, 2011, pág. 133 e 134.

<sup>9</sup> ANTUNES, José A. Engrácia, *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, maio 2014, pag.144 e 145.

<sup>10</sup> MARQUES, Mário Castro, *O Comércio Eletrónico algumas questões jurídicas* in *O Comércio Eletrónico Estudos Jurídico-Económicos*, Almedina, fevereiro 2002, pág. 39.

<sup>11</sup> LORENZETTI, Ricardo L., *Comércio Eletrónico*, São Paulo, Revista dos Tribunais, 2004, pag.92.

<sup>12</sup> MARQUES, Cláudia Lima, *Confiança no Comercio eletrônico e a proteção do consumidor: (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comercio eletrônico)*, São Paulo, Revistas dos Tribunais, 2004, pag.35.

<sup>13</sup> SANTOS, Wellington Fonseca dos, *O direito de arrependimento nas relações de consumo via contrato eletrônico*, Artigo, Faculdade Promove –BH, 2010, pág. 12.

o *comércio eletrônico* enquanto conceito técnico, económico e até mesmo administrativo.<sup>14</sup> Podemos concluir que as palavras-chave deste conceito são: distância e via eletrónica<sup>15</sup>.

Da aquisição de produtos pela internet resultam inúmeras vantagens para o consumidor; a principal talvez se traduza na comodidade de este poder contratar onde e quando quiser, bastando estar ligado à rede<sup>16</sup>; os preços praticados online, tendencialmente são mais baixos uma vez que os estabelecimentos eletrónicos necessitam apenas de um local de distribuição<sup>17</sup>; o tempo despendido nas compras acaba por ser menor pois o consumidor pode pesquisar vários produtos em diversos estabelecimentos sem ter que se deslocar fisicamente a estes.<sup>18</sup> Ademais, também o fornecedor beneficiou com o aparecimento do *comércio eletrônico*, pois o investimento deste tornou-se mais baixo, contribuindo assim para um menor preço do produto e conseqüentemente um aumento de vendas.<sup>19</sup>

Não podemos esquecer que o *comércio eletrônico* subdivide-se em duas vertentes: o *comércio eletrônico* **direto** e o **indireto**.<sup>20</sup> No primeiro, toda e qualquer atuação é feita no meio virtual, não existindo sequer entrega física de qualquer bem; já o segundo traduz-se na encomenda realizada eletronicamente tendo a entrega que ser feita nos moldes tradicionais<sup>21</sup>. Nas palavras de ALEXANDRE DIAS PEREIRA, facilmente podemos constatar a diferença entre estas duas modalidades, uma vez que o comércio **indireto** depende sempre de fatores externos, já o **direto** “*explora todo o potencial dos mercados mundiais, permitindo transações eletrónicas à escala global, isto é, sem escalas geográficas*”<sup>22</sup>.

ANA RITA VIEIRA DE FONSECA, também nos apresenta a diferenciação de modalidades no *comércio eletrônico*, sendo a sua distinção feita com base em **critérios subjetivos** e **critérios formais**<sup>23</sup>. No âmbito dos **critérios subjetivos** faz a distinção de

---

<sup>14</sup> SILVA, G. C. B., *O consumidor no direito de arrependimento no comércio eletrônico*, Monografia apresentada para o curso de bacharelato em Direito do Consumo, Brasília, 2010, pág. 10 e 11.

<sup>15</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Programas de Computador, Sistemas Informáticos e Comunicações Eletrónicas: alguns aspectos jurídico contratuais*, in *ROA, Ano 59, III, 1999, pag.978*.

<sup>16</sup> LARA, Beatriz Furtado, *ob. cit.*, pág.12.

<sup>17</sup> Idem.

<sup>18</sup> Idem.

<sup>19</sup> Idem.

<sup>20</sup> SILVA, G. C. B, *ob. cit.*, pág.10 e 11.

<sup>21</sup> LOPES, Neuza, *A proteção dos consumidores e o comércio eletrônico: da solicitação comercial à formação do contrato*, Relatório de Mestrado, Lisboa, 2007, pág. 6.

<sup>22</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *A Proteção do Consumidor no quadro da directiva sobre o comércio eletrônico*, Estudos de Direito do Consumidor, 2000, pág. 47.

<sup>23</sup> FONSECA, Ana Rita Vieira da, *ob. cit.*

acordo com os sujeitos intervenientes na relação contratual (empresas, consumidores-empresas, consumidores e empresas-administração pública); já quanto aos **critério formais** distingue *comércio eletrónico* direto (online) e indireto (offline)<sup>24</sup>.

*“Dentro das várias actividades que abrange, podemos destacar o comércio eletrónico de bens e serviços, a entrega em linha de conteúdo digital multimédia, o comércio eletrónico de acções, as transferências financeiras eletrónicas, conhecimentos de embarque eletrónico, contratos públicos, leilões comerciais, concepção e engenharia de cooperação, sourcing, comercialização direta ao consumidor e serviços pós-venda.”*<sup>25</sup>

### 1.1.2. Princípios orientadores do comércio eletrónico

Como toda e qualquer forma de comércio, esta em particular funda-se num conjunto variado de princípios que orientam as partes. Sendo o *comércio eletrónico* uma realidade mais recente, ainda muito se pode debater sobre esta temática, com tudo para já diversos autores têm debruçado os seus estudos nos princípios que norteiam esta prática comercial.

De antemão sabemos que o *comércio eletrónico* se traduz numa realidade virtual, pelo que não é difícil prevermos que para quem o pratica a insegurança e o desconhecimento sobre o real produto são incontestáveis. Quem compra não tem a possibilidade de tocar o produto antes de contratualizar, apenas conhece as características do mesmo pela mão do fornecedor. Neste sentido, seguindo uma vez mais a linha de pensamento de ANA RITA VIEIRA DA FONSECA, podemos afirmar, que os princípios orientadores do comércio eletrónico são uma consequência inevitável *“das incertezas e inseguranças sentidas pelos diferentes utilizadores”*<sup>26</sup>.

Estando perante uma nova realidade, inovadora e moderna, os princípios basilares da contratação tradicional<sup>27</sup> mostram-se insuficientes<sup>28</sup>, dando uma fraca resposta aos

---

<sup>24</sup> FONSECA, Ana Rita Vieira da, *ob. cit.*

<sup>25</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *A Proteção do Consumidor no quadro da Directiva sobre o comércio eletrónico*, Estudos de Direito do Consumidor, 2000, pág. 46

<sup>26</sup> *Idem*, pag.11

<sup>27</sup> Referimo-nos aqui ao principio da autonomia privada, da liberdade contratual, da liberdade de forma, da boa-fé, entre outros.

<sup>28</sup> Não queremos com isto colocar estes princípios de parte no âmbito da contratação eletrónica.

problemas suscitados; sendo desta forma necessário criar princípios suplementares capazes de garantir uma maior confiança e segurança não só aos compradores como também aos próprios vendedores.<sup>29</sup>

Podemos de forma sintética enunciar os princípios que devem ser tidos em conta por quem contrata eletronicamente; são eles o **princípio da identificação**, do **não repúdio** e da **admissibilidade**. SEBASTIÃO NÓBREGA PIZARRO define o primeiro como um “*requisito de validade do contrato eletrônico, segundo o qual as partes devem estar devidamente identificadas, existindo a absoluta certeza recíproca de quem é a outra parte*”<sup>30</sup>. Relativamente ao **princípio do não repúdio** o mesmo autor clarifica que “*as partes não poderão alegar a invalidade do contrato pelo simples facto de ter sido celebrado por meios eletrónicos*”<sup>31</sup>. Quanto ao último princípio enunciado, tem vindo a ser entendido como fundamental a equiparação da negociação virtual à praticada na sua forma tradicional<sup>32</sup>, pelo que este se traduz na liberdade de celebração de contratos eletronicamente sem que a validade e eficácia dos mesmos seja de alguma forma condicionada<sup>33</sup>.

## 1.2. Publicidade enganosa e praticas abusivas

Quando estamos no mundo virtual deparamo-nos com diversas formas de publicidade, as quais muitas vezes não estamos habituados no mundo real. Podemos encontrar publicidade institucional, típica dos *media* ou então publicidade direta através da utilização dos endereços de correio eletrónico.<sup>34</sup> A publicidade na internet funciona como um elo de aproximação direta ao consumidor e tem um efeito imediato “*pois com apenas um clique o consumidor pode se tornar um cliente*”<sup>35</sup>.

Nas palavras de BEATRIZ LARA, a publicidade na internet utiliza um vasto leque de meios por forma a aproximar-se do consumidor e leva-lo a num só clique a comprar um

---

<sup>29</sup> BAPTISTA, Luiz Olavo, *Comércio Eletrónico: uma visão do Direito Brasileiro*, pag.98

<sup>30</sup> PIZARRO, Sebastião Nóbrega, *Comércio Eletrónico- Contratos Eletrónicos e Informáticos*, Almedina, julho 2005, pag.74.

<sup>31</sup> Idem.

<sup>32</sup> ASCENSÃO, José de Oliveira, *O Comércio Eletrónico em Portugal- o quadro legal e o negocio*, ANACOM, 2004, pag.8.

<sup>33</sup> PIZARRO, Sebastião Nóbrega, *ob.cit.*, pag.74.

<sup>34</sup> LARA, Beatriz Furtado, *ob. cit.*, pág.23.

<sup>35</sup> LARA, Beatriz Furtado, *ob. cit.*, pág.23.

produto, que poderia nem sequer estar à procura<sup>36</sup>. Esta publicidade pode, no entanto, instigar o consumidor a comprar utilizando técnicas menos corretas, podendo tornar-se abusiva, enganosa ou mesmo lesiva<sup>37</sup>.

Estaremos perante **publicidade abusiva** quando esta de alguma forma discriminar, incitar à violência, aproveitar a dificuldade de julgamento e formação de vontade dos menores, incitar o consumidor a ter comportamentos que coloquem em risco a segurança ou a saúde dele próprio e de quem o rodeia, entre muitas outras formas.<sup>38</sup>

Já no caso da **publicidade enganosa**, esta traduz-se na transmissão de informações falsas, a omissão de determinadas características, de forma a interferir na formação da vontade do consumidor, acabando por este ser induzido em erro ao efetuar a compra.<sup>39</sup>

Existem variadas formas de no *comércio eletrónico* o consumidor ser alvo de técnicas de **publicidade abusiva** e mesmo **enganosa**, sendo que no nosso entender importa salientar algumas dessas situações.

O caso do envio de e-mails não solicitados- **spam**- é uma forma de publicidade em que o consumidor não requereu tais informações; esta técnica para além de agressiva comporta inúmeros perigos para os consumidores conforme nos alerta JOANA DUARTE PEREIRA na sua obra.<sup>40</sup> Outra situação de igual relevância, as **cookies**, isto é programas de registo de internautas em que o consumidor, desconhecendo que os referidos programas registam as suas ações na rede obtendo informações sobre os seu costumes, fica com a sua privacidade ferida<sup>41</sup>.

### 1.3. O Comércio Eletrónico em Portugal

O DL n. °7/2004, de 7 de janeiro, transpôs para o ordenamento jurídico português a Diretiva n. °2000/31/CE. Esta Diretiva apesar de regular o *comércio eletrónico* deixou

---

<sup>36</sup> Idem.

<sup>37</sup> Idem.

<sup>38</sup> Idem.

<sup>39</sup> Idem.

<sup>40</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.67.

<sup>41</sup> Idem.



amplas áreas em aberto<sup>42</sup>; e na tarefa da transposição desta por parte do legislador português, este optou por se circunscrever quase em pleno apenas ao âmbito da mesma. O DL a que aludimos veio assim esclarecer algumas dúvidas que poderiam surgir com a Diretiva, preocupando-se o legislador em acima de tudo com a proteção do consumidor.<sup>43</sup>

O DL nº7/2004 que regula a contratação eletrónica não exclui a possibilidade de se poderem aplicar outros diplomas<sup>44</sup>.

ADELAIDE MENEZES LEITÃO refere, e nós subscrevemos a sua posição, que o *comércio eletrónico* não se encontra atualmente regulado de forma completa, sendo que necessita de ser conjugado com outros diplomas<sup>45</sup>. De forma conclusiva podemos afirmar que toda a legislação de defesa do consumidor pode ser aplicada aos serviços da sociedade de informação em Portugal, desde que seja compatível respetivamente com os serviços prestados.

Nas palavras de ALEXANDRE DIAS PEREIRA, este diploma segue “*uma abordagem intermédia no que toca à regulação do comércio eletrónico*”<sup>46</sup>, todavia esta posição por parte do legislador é a mais prudente apesar de boa parte destas regras em nada acrescentarem ao definido pela Diretiva.

---

<sup>42</sup> Conforme o referido no ponto 1 do DL nº.7/2004.

<sup>43</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.65.

<sup>44</sup> Art.3º nº.5 do DL nº.7/2004.

<sup>45</sup> Título extraído da obra de LEITÃO, Adelaide Menezes, Liber Amicorum Mário Frota. *A causa dos direitos dos consumidores*, Coimbra, Almedina, 2011, pág. 33

<sup>46</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Comercio Eletrónico e o Consumidor*, Estudos de Direito do Consumidor, n. °6, CDC/FDUC, Coimbra, 2004

## 2. Contratos de Consumo

### 2.1. Definição e Princípios

“*Contratos de consumos são os que os fornecedores de produtos ou prestadores de serviços celebram com os consumidores.*”<sup>47</sup>, estes contratos estendem-se a vários domínios, desde ao setor imobiliário, ao fornecimento de produtos essenciais, à prestação de serviços, ao financiamento, à compra e venda, ao turismo, entre outros.<sup>48</sup> Regem-se por um vasto leque de princípios que passaremos então a enunciar e posteriormente a analisar tendo por base a lei n.º 47/2014, de 28 de julho que procedeu à quarta alteração da lei n.º 24/96 de 31 de julho.

O primeiro princípio que chamamos aqui a estudo é o **princípio da igualdade material dos contraentes**. Este encontra-se plasmado no nº1 do artigo 9º da lei n.º 47/2014, de 28 de julho<sup>49</sup> que passamos a transcrever: “*O consumidor tem direito à proteção dos seus interesses económicos, impondo-se nas relações jurídicas de consumo a igualdade material dos intervenientes, a lealdade e a boa fé, nos preliminares, na formação e ainda na vigência dos contratos*”, sendo que desta forma ambas as partes terão de se encontrar no mesmo plano não podendo existir uma superioridade injustificada por nenhuma delas.

A **transparência** assume também aqui o carácter de verdadeiro princípio normativo, uma vez que o fornecedor está obrigado a um verdadeiro dever de informação; desta forma este tem que prestar as informações referidas no artigo 8º da Lei de Defesa do Consumidor de forma clara e objetiva, fundindo-se assim a transparência na relação que virá a ser estabelecida.<sup>50 51</sup>

O **princípio da boa-fé**, no nosso entender quiçá o fundamental nas relações contratuais (não só de consumo). Este princípio comporta a duas vertentes: objetiva e

---

<sup>47</sup> Lei 24/96 de 31 de julho de 1996, texto inicial, correspondendo atualmente à lei 47/2014 de 28 de julho de 2014.

<sup>48</sup> FROTA, Mário, *Os contratos de consumo- realidades sociojurídicas que se perspectivam sob novos influxos*, Revista Portuguesa de Direito do Consumo (doravante RPDC), setembro de 2000, nº23, pag.8.

<sup>49</sup> Iremos também referir-nos a este diploma normativo como Lei de Defesa do Consumidor.

<sup>50</sup> Artigo 8º n.º 1 da Lei de Defesa do Consumidor

<sup>51</sup> FROTA, Mário, *ob.cit.*, pág. 12.

subjetiva. Na sua vertente subjetiva, a boa-fé tem em vista a situação de alguém que julga estar a atuar em total conformidade com o direito, desconhecendo qualquer vício<sup>52</sup>. Já em sentido objetivo MOTA PINTO diz-nos que “a boa-fé constitui uma regra jurídica, é um princípio normativo transpositivo e extra-legal para que o legislador é remetido (...)”<sup>53</sup>. No seio concretamente dos contratos este constitui uma regra de conduta segundo a qual as partes devem agir de forma honesta e leal ainda aquando da negociação devendo essa conduta estender-se ao longo de toda a relação contratual. Devemos frisar que o **princípio da boa-fé** em sentido objetivo acompanha a relação contratual desde o início e subsiste mesmo após esta se ter extinguido.<sup>54</sup>

“Outro dos princípios que os contratos de consumo postulam é do «**tratamento mais favorável do consumidor**», de que há afloramentos em um sem número de contratos típicos.”<sup>55</sup>

Importa também fazermos referência ao **princípio da reflexão**, que confere aos consumidores um período de ponderação depois do contrato ter sido realizado, pois é inquestionável que neste tipo de contratação por vezes são feitas escolhas sem a devida reflexão e ponderação isto é, a vontade por vezes não é a mais esclarecida.<sup>56</sup> Este princípio mostra-nos a clara vontade do legislador em criar um instituto que proteja os interesses do consumidor: o *direito de arrependimento*, que trataremos adiante de forma aprofundada e analítica.

Resta-nos apenas elencar mais dois princípios: o **princípio da segurança** e o **princípio da precaução**.

### 2.1.1. Condições gerais dos contratos de consumo

Os contratos de consumo, são na sua generalidade contratos celebrados em massa pelo que estão assentes em cláusulas contratuais previamente já elaboradas, as denominadas

---

<sup>52</sup> PINTO, Carlos Alberto da Mota, *Teoria Geral do Direito Civil*, 4ª edição por António Pinto Monteiro e Paulo Mota Pinto, Coimbra Editora, 2005, pág.125.

<sup>53</sup> Idem.

<sup>54</sup> Idem.

<sup>55</sup> FROTA, Mário, *ob.cit.*, pág. 13.

<sup>56</sup> Idem, pág. 13.

cláusulas contratuais gerais.<sup>57</sup> Fazendo uma breve análise a este clausulado, enunciaremos as suas características na **vertente formal e material**.

Debruçando-nos na sua **análise formal**, tal como MÁRIO FROTA refere são “*cinco os requisitos*”<sup>58</sup> que devem ser cumpridos. A **cognoscibilidade**, que se traduzirá, uma vez mais nas palavras deste autor, na adequação da informação que terá de ser prestada aos consumidores, dito por outra forma, as cláusulas dos contratos deverão ser comunicadas integralmente “*de modo adequado e com antecedência reputada indispensável ante a complexidade do seu conteúdo*”<sup>59</sup>.

Seguidamente as cláusulas do contrato terão de ser **legíveis** para quem as apreende.<sup>60</sup> Outra das características apresentadas por MÁRIO FROTA, é a **inteligibilidade**, dito de outra forma, as cláusulas terão de ser claras e concretas por forma a ser perceptível o seu conteúdo, contexto e alcance.<sup>61</sup>

Finalizando, este autor apresenta mais duas fundamentais características: a **contextualidade** e a **vinculatividade**; importa frisar que qualquer uma destas características é basilar, sendo que a sua inobservância poderá levar exclusão de cláusulas contratuais e até mesmo à nulidade do contrato.

Quanto à parte **material** não iremos aqui fazer uma análise, não descurando obviamente a sua relevância, contudo importa focarmo-nos no tema central desta investigação.

## 2.2. O Contrato Eletrónico

Estamos habituados a lidar com o conceito tradicional de contrato, seja este verbal ou escrito, mas sempre na presença de ambas as partes.

---

<sup>57</sup> FROTA, Mário, *ob.cit.*, pág. 15.

<sup>58</sup> Idem, pág.15.

<sup>59</sup> Idem, pág.15.

<sup>60</sup> Idem, pág.15.

<sup>61</sup> Idem, pag.16.

Mas nas palavras de JOANA DUARTE PEREIRA, a contratação à distancia é hoje um fenómeno global, tecnológico e cada vez mais virtual<sup>62</sup>. A doutrina italiana afirma que hoje se verifica uma desumanização da contratação<sup>63</sup>, estando a sociedade a caminhar para cada vez mais estarmos perante a proliferação dos modernos “*contratos sem sujeito*”<sup>64</sup>.

Temos igualmente vindo a depararmo-nos com a evolução não só da mentalidade da sociedade, mas também do mundo envolvente. Sendo o recuso à internet uma realidade cada vez mais inquestionável, com ela surgiu o *comércio eletrónico* e desta forma uma nova tipologia de relação contratual. Poderíamos considerar que a contratação pela internet nada de particular teria em relação à contratação em geral, não sendo esta “nova” forma de contratar nada mais que a conseqüente aplicação do *principio da autonomia privada*-art.405.º C.C.<sup>65</sup> Todavia existem aqui inúmeras particularidades que não podemos ignorar, não só pela forma específica como estes contratos são celebrados, como também pela posição de debilidade em que o consumidor é colocado.<sup>66</sup>

Esta nova relação contratual tem sido objeto de análise por variados autores, sendo que as posições são ligeiramente divergentes em alguns pontos que focaremos adiante. Começemos por apresentar uma definição deste “novo” tipo de contrato.

SEMY GLANZ define-o como “*aquele celebrado por meio de programas de computadores ou aparelhos com tais programas, dispensando assinatura ou exigindo assinatura codificada ou senha*”<sup>67</sup>, na mesma linha de pensamento surge JOSÉ DE OLIVEIRA ASCENSÃO que escreve “*o contrato eletrónico é aquele que é celebrado exclusivamente por via eletrónica, inclusive na sua conclusão*”<sup>68</sup>. Como já referimos a conceitualização desta forma de contratar não foi de todo unânime, sendo que autores há que defendem que estamos perante uma nova forma de contratar; todavia a larga maioria defende

---

<sup>62</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.37.

<sup>63</sup> SILVA, G. C. B., *O consumidor no direito de arrependimento no comércio eletrônico*, Monografia apresentada para o curso de bacharelato em Direito do Consumo, Brasília, 2010, pág. 54.

<sup>64</sup> Idem, pág. 55.

<sup>65</sup> GARCIA, Marques e MARTINS, Lourenço, *Direito da Informática*, 2ª Edição Refundida e Actualizada, Almedina, 2006, pág.403.

<sup>66</sup> Idem.

<sup>67</sup> GLANZ, Semy, *Internet e contrato eletrônico*, São Paulo, Revista dos Tribunais, 1998, nº757, pag.72

<sup>68</sup> ASCENSÃO, José de Oliveira, *ob. Cit.*, pag.104.

que o contrato eletrónico não é um novo tipo contratual, mas sim uma modalidade nova dos contratos tidos como tradicionais<sup>69</sup>.

Dediquemo-nos agora um pouco mais à formação deste contrato.

Desde logo para que o contrato eletrónico tenha validade e assim produza efeitos deve atender aos mesmos requisitos dos contratos tradicionais.<sup>70</sup>

De forma similar à relação contratual tradicional, é necessário que estejam aqui presentes dois sujeitos, sendo que de acordo com MENEZES LEITÃO e JOSÉ DE OLIVEIRA ASCENSÃO de um lado terá de estar o prestador de serviço da sociedade de informação<sup>71 72</sup> e do outro o destinatário do serviço/consumidor. Ora como ALEXANDRE DIAS PEREIRA refere e de acordo com a Diretiva sobre transparência técnica<sup>73</sup>, serviço da sociedade de informação traduz-se numa qualquer prestação de atividade à distancia por via eletrónica e mediante pedido individual do seu destinatário, em regra mediante uma remuneração<sup>74</sup>. Quanto à noção de consumidor este autor alerta para o facto de a Diretiva sobre o *comércio eletrónico* nos apresentar mais uma definição de consumidor, e no nosso entender parece-nos que esta seja a mais adequada<sup>75</sup> a trazermos até aqui pela temática geral em que nos encontramos; “*qualquer pessoa singular que actue para fins alheios à sua actividade comercial, empresarial ou profissional*”<sup>76</sup>. Tem sido controversa a caracterização desta última parte da relação contratual. Contudo nós partilhamos da opinião defendida por ELSA DIAS OLIVEIRA, pois no nosso entendimento existe uma sobreposição entre consumidor e destinatário de serviço<sup>77</sup>. Regra geral, quando se trata de contratos celebrados

---

<sup>69</sup> No seguimento desta linha de pensamento a doutrina Brasileira apresenta grande contributo, sendo que o meu raciocínio teve em conta JULIANA RADO in *O contrato Eletrónico como documento jurídico*; e CAITLIN MULHOLLAND in *Internet e contratação: panorama das relações contratuais eletrónicas de consumo*.

<sup>70</sup> LARA, Beatriz, *ob. cit.*, pág.19.

<sup>71</sup> LEITÃO, Luís Menezes, *A responsabilidade civil na internet*” in *Direito da Sociedade de Informação*, vol.III, Coimbra Editora, 2002, pág. 157.

<sup>72</sup> ASCENSÃO, José de Oliveira, *ob. cit.*, pág. 48.

<sup>73</sup> Diretiva n.º 98/34/CE, de 22 de junho.

<sup>74</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *A Proteção do Consumidor no quadro da Directiva sobre o comércio eletrónico, Estudos de Direito do Consumidor*, 2000, pág. 56

<sup>75</sup> Não podemos, contudo, deixar de frisar que esta definição não é única no seio da legislação europeia e mesmo no ordenamento jurídico português é nos apresentada uma definição diferente. A definição de consumidor não é unânime, sendo que aparece de formas diferentes ao longo dos inúmeros diplomas normativos.

<sup>76</sup> Directiva sobre o Comercio Eletrónico, art. 2.º/e).

<sup>77</sup> OLIVEIRA, Elsa Dias, *A proteção dos consumidores nos contratos celebrados pela internet*, Almedina, março 2002, pag.49.

pela internet, estamos no âmbito de um tipo de contratação particular: cláusulas contratuais gerais<sup>78</sup>, isto é, cláusulas elaboradas sem prévia negociação das partes.

Para melhor percebermos como se processa a formação do contrato eletrónico iremos recuar um pouco, ANA RITA VIEIRA DA FONSECA expõe-nos de forma sintética as **quatro fases** que compõe a formação do contrato dito tradicional; em primeiro lugar existirá uma **manifestação da vontade de contratar**, será seguidamente emitida uma **declaração de vontade por uma das partes** sendo que a fase seguinte será obviamente a **emissão de uma contradecaração de vontade da outra parte**. Este processo de formação de contrato culmina com a **aceitação** do mesmo pelas partes<sup>79</sup>.

Quanto aos contratos eletrónicos o processo de formação apresenta algumas diferenças. O primeiro passo nesta cadeia será a **proposta contratual** ou o **convite a contratar**; neste caso consideramos a oferta de produtos em rede uma proposta contratual<sup>80</sup>, indo assim na linha de pensamento de CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA<sup>81</sup>, atentamos que quando o produto é apresentado nos sítios de internet está o fornecedor a fazer uma verdadeira **proposta contratual**; contudo uma vez mais esta não é uma temática linear, pelo que autores existem que defendem uma posição contrária afirmando que a chamada oferta de produtos em rede é um mero **convite a contratar**;

ELSA DIAS OLIVEIRA refere que é o próprio consumidor que expressa a proposta contratual ao fornecedor<sup>82</sup>. Esta corrente doutrinária sustenta a sua posição num argumento: a disponibilidade da mercadoria. Clarificando melhor em que se consubstancia: quando ao consumidor é apresentado um leque de produtos, este *a priori* não possui total conhecimento sobre a real disponibilidade da mercadoria, desta forma caso não seja possível ao consumidor posteriormente aceder à mercadoria não existe uma não aceitação da proposta de contratar pois estamos apenas perante um mero convite à contratação; no entendimento

---

<sup>78</sup> FONSECA, Ana Rita Sousa Vieira da, *ob. Cit.*, pág. 18.

<sup>79</sup> FONSECA, Ana Rita Sousa Vieira da, *ob. Cit.*, pág. 20.

<sup>80</sup> CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil I: Parte Geral*, Tomo I, 3ª Edição, Almedina 2007, pág. 557

<sup>81</sup> ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos I- conceito, fontes, formação*, 5ª edição, Almedina, setembro 2013, pág. 105 e seguintes.

<sup>82</sup> OLIVEIRA, Elsa Dias, *ob. cit.*, pag.89 e seguintes.

da outra parte da doutrina a não disponibilidade da mercadoria resultará em responsabilidade contratual<sup>83</sup>.

Os passos seguintes nesta cadeia de elementos são a **ordem de encomenda**, o **aviso de receção** e por fim a **confirmação da encomenda**, sendo que uma vez mais não é simples a constatação do momento em que se conclui efetivamente o contrato<sup>84</sup>.

---

<sup>83</sup> FONSECA, Ana Rita Sousa Vieira da, *ob. Cit.*, Pág. 23.

<sup>84</sup> Importa frisar que o momento de conclusão do contrato é de fulcral importância, pois é a partir desse momento que as partes se consideram vinculadas; e ao nível da contratação eletrónica é extremamente custoso definir o concreto momento da conclusão do contrato.



### 3. O Direito de Arrependimento

#### 3.1. G3nese

As rela33es de consumo com que hoje nos familiariz3amos em nada se assemelham com as existentes ainda antes da Revolu33o Industrial. O contacto direto entre os fornecedores e os consumidores era a chave das primeiras rela33es de consumo<sup>85</sup>. Com a Revolu33o Industrial em primeiro lugar, e seguidamente com a Revolu33o Tecnol3gica assistimos 3 perda da interpessoalidade nas rela33es de consumo, come3amos a deparar-nos com a massifica33o da produ33o onde a maior preocupa33o passou a ser a obten33o de lucro e n3o a perfei33o do produto.<sup>86</sup>

Tudo isto levou 3 cria33o de um produto com mais falhas, onde o erro 3 uma vari3vel mais constante, tornando-se o consumidor mais vulner3vel, pois a preocupa33o n3o passa essencialmente pela sua prote33o.<sup>87</sup> Mostrou-se ent3o necess3rio criar um sistema de prote33o normativa que pensasse em primeiro lugar no consumidor e, n3o no produto e na possibilidade de lucro que este pode trazer para o fornecedor, surgindo assim o *Direito de Arrependimento*<sup>88</sup>.

O consumidor quando efetua uma compra 3 dist3ncia acaba por nunca ter o real contacto com o produto sendo que n3o pode aferir as suas verdadeiras caracter3sticas, desta forma o consumidor corre o risco de comprar um produto sem ter realizado a devida reflex3o<sup>89</sup>. O consumidor encontra-se nestas rela33es contratuais numa posi33o de vulnerabilidade, pois acaba por nem sempre realizar uma correta pondera33o sobre o produto.<sup>90</sup> H3 autores que consideram que esta forma de contratar acaba por ser de tal forma prejudicial aos consumidores, que a denominam de “*vendas agressivas*”.<sup>91</sup>

---

<sup>85</sup> VILCHES, Bianca Medeiros, *Defesa do Consumidor: V3cio do Produto e o direito de arrependimento*, Monografia, Faculdade de Direito de Presidente Prudente, S3o Paulo, novembro de 2011, P3g. 12.

<sup>86</sup> Idem, p3g.12

<sup>87</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob.cit.*, p3g. 15.

<sup>88</sup> ALVES, Fabr3cio Mota, *O Direito de Arrependimento do consumidor: excep33es 3 regra e a necessidade de evolu33o legislativa no Brasil*, dispon3vel em <http://jus.com.br/artigos/9605/o-direito-de-arrependimento-do-consumidor/2>

<sup>89</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, p3g. 17.

<sup>90</sup> LARA, Beatriz, *ob. cit.*, p3g. 27.

<sup>91</sup> LARA, Beatriz, *ob. cit.*, p3g. 28.

O instituto do *direito de arrependimento* surge então como uma tentativa de suprir essa falta de contato prévio que o consumidor tem com o produto, permitindo assim que este reflita sobre a sua compra tendo uma escapatória possível reequilibrando-se assim a relação de consumo.<sup>92</sup>

### 3.1.1. Definição de direito de arrependimento

JORGE MORAIS DE CARVALHO, apresenta-nos o *direito de arrependimento* como uma das figuras mais emblemáticas do nosso ordenamento jurídico ao nível das relações de consumo, este surge face à insuficiência do regime geral<sup>93</sup> da contratação à distância.

Com o *direito de arrependimento* o consumidor tem a possibilidade de se arrepender, isto é, pode assim voltar atrás e desistir do contrato que celebrou<sup>94</sup>, desta forma pode assim o consumidor encontrar uma maior proteção face as compras por si celebradas de forma mais irrefletida e sem a presença física do produto<sup>95</sup>.

ALEXANDRE DIAS PEREIRA foca-se na caracterização da natureza jurídica desta figura, considerando que esta se trata de uma “*condição legal resolutive de natureza imperativa, potestativa e arbitrária*”<sup>96</sup> do negócio, uma vez que a eficácia deste fica dependente da não ocorrência de determinado evento.

JORGE MORAIS CARVALHO define este instituto como “*a faculdade concedida pela lei a um dos contraentes (consumidor) de, em determinado prazo e sem contrapartida, se desvincular de um contrato através da declaração unilateral e imotivada*”<sup>97</sup>. Este autor

---

<sup>92</sup> BRUNO, Fábio de Barros, *E-Commerce e o Direito de Arrependimento*, in Anuais XVIII Congresso Nacional do CONPEDI, São Paulo, 2009, pág. 8171.

<sup>93</sup> CARVALHO, Jorge Morais de *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a autonomia privada no Direito do Consumo*, Coimbra, Almedina, 2012, pág. 389.

<sup>94</sup> VILCHES, Bianca Medeiros, *ob.cit.*, pág. 55.

<sup>95</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, Pág. 21

<sup>96</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio Eletrónico e o Consumidor*, Estudos de Direito do Consumidor, 2004, pág. 376.

<sup>97</sup> CARVALHO, Jorge Morais; PINTO-FERREIRA, João Pedro, *ob. cit.*, pág. 99.

conceitualiza o *direito de arrependimento* com base em **cinco elementos**: a **fonte**, o **prazo**, o **preço**, a **unilateralidade** e o **fundamento**<sup>98</sup>.

Faremos apenas uma breve referência a cada um deles, sendo que começaremos pela **fonte**. Relativamente a este primeiro elemento, o autor limita-o aos casos em que o *direito de arrependimento* é concedido pela lei, sem, contudo, excluir a possibilidade de este ser estipulado contratualmente<sup>99</sup>.

O **prazo** acaba por ser um dos elementos essenciais para o *direito de arrependimento*, afigura-se como uma espécie de limite para não se entrar no campo lesivo do fornecedor, não podendo então a desvinculação por parte do consumidor ser feita a qualquer tempo<sup>100</sup>.

O **preço** é igualmente um elemento-chave, porquanto do exercício deste direito não podem resultar contrapartidas para o fornecedor.<sup>101</sup>

A **unilateralidade** consubstancia-se na possibilidade de o *direito de arrependimento* ser exercido sem a existência de acordo entre as partes, isto é, com base na existência apenas de uma única vontade por parte do consumidor<sup>102</sup>.

Por último o autor apresenta-nos a **fundamento**, sendo que este elemento se traduz na desnecessidade de apresentar um motivo justificativo para exercer o *direito de arrependimento*<sup>103</sup>.

CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA, considera que a existência deste instituto permite ao consumidor o tempo necessário para refletir sobre a sua compra, pois uma vez que quando celebra o contrato pode não existir esse tempo fundamental, dando-lhe a possibilidade de “*desistir*” do mesmo contrato acaba por protegê-lo de tomar decisões de forma precipitada<sup>104</sup>.

---

<sup>98</sup> CARVALHO, Jorge Morais, *ob. cit.*, pág.390.

<sup>99</sup> Idem, pág.390.

<sup>100</sup> CARVALHO, Jorge Morais, *ob. cit.*, pág.390.

<sup>101</sup> Idem, pág.391.

<sup>102</sup> Idem, pág.391.

<sup>103</sup> Idem, pág. 391.

<sup>104</sup> ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito de Consumo*, Lisboa, Almedina, 2005, pág. 107.

No entender de CLÁUDIA LIMA MARQUES, o consumidor quando contrata à distância não tem tempo necessário para refletir se deseja de facto ficar obrigado àquele contrato<sup>105</sup>, indo desta forma de encontro ao defendido pelos autores acima referenciados. No nosso ponto de vista não poderíamos estar mais de acordo com as posições explanadas, sendo que o *direito de arrependimento* acaba por ser uma válvula de escape a uma formação de vontade deficiente e precipitada.

Nas palavras de BEATRIZ FURTADO LARA, o *direito de arrependimento* vai oferecer uma maior proteção aos consumidores não só que contratam fora do estabelecimento comercial, como por telefone, correspondência, televisão, meios eletrónicos...<sup>106</sup>

RICARDO L. LORENZETTI, defende que o *direito de arrependimento* é passível de aplicação nos contratos realizados pela internet, pois estes são uma espécie de contratação à distância<sup>107</sup>, afirmação que subscrevemos.

### 3.1.2. Princípios do direito de arrependimento

O direito de arrependimento é norteado por inúmeros princípios e deveres de conduta que alicerçam o seu exercício.

O **princípio da boa-fé**<sup>108</sup> assume aqui um papel fundamental na regulamentação da relação contratual. Houve uma evolução na conceitualização e na forma como este princípio era e é hoje encarado, tendo para isso contribuído em larga medida o desenvolvimento verificado em diferentes ordenamentos jurídicos que não o português.<sup>109</sup> Em Portugal este encontra previsão legal no art.227.º do C.C., na sua vertente objetiva; quanto à vertente subjetiva encontra-se plasmada ao longo do diploma.<sup>110</sup> Este princípio, de acordo com os

---

<sup>105</sup>LARA, Beatriz Furtado, *ob.cit.*, pág. 27.

<sup>106</sup>LARA, Beatriz Furtado, *ob.cit.*, pág. 27.

<sup>107</sup>LORENZETTI, Ricardo L., *ob.cit.*, pag.401.

<sup>108</sup> Menezes cordeiro dedicou muito dos seus estudos a este importantíssimo principio.

<sup>109</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.28.

<sup>110</sup> Idem.

ensinamentos de CARLOS MOTA PINTO, exige das partes que estas ajam de forma honesta e leal por forma a garantir o equilíbrio da relação contratual.<sup>111</sup>

Nas palavras de JOANA DUARTE PEREIRA, “*sendo o contrato um acordo de vontades gera obrigações aos contraentes*”<sup>112</sup>. Desta forma importa ter uma noção dos deveres integrantes desta relação obrigacional; temos **deveres principais** que dependem do tipo de contrato feito.<sup>113</sup> Não podendo, contudo, ser esquecidos os **deveres secundários**, que nestas relações obrigacionais, como nas restantes existentes, devem de igual forma ser cumpridos.

Como já foi por nós referido existem, numa relação obrigacional e por conseguinte nas contratações eletrónicas, **deveres principais e acessórios** que não podem ser esquecidos, sendo que no nosso entender importa fazer uma alusão a alguns.

O *dever de segurança* apresenta-se como um dever que tem por objetivo preservar a integridade e os direitos dos contraentes, seja esta física ou moral<sup>114</sup>.

O *dever de lealdade*, segundo o qual os contraentes devem pautar a sua atuação na relação contratual por forma a não causarem prejuízos propositados à outra parte<sup>115</sup>.

Por ultimo, mas não menos importante, o *dever de informação*. Este dever segundo ALEXANDRE GOMIDE, é um dos mais importantes, pois a informação é um instrumento essencial nas relações de consumo, ainda mais nas relações celebradas eletronicamente<sup>116</sup>; sendo que consiste na obrigação de informar o consumidor não só sobre o produto como sobre o próprio conteúdo do contrato<sup>117</sup>. CLARISSE SILVA BEZERRA, vai mais longe afirmando que a informação é algo básico e basilar nas relações de consumo, sendo uma decorrência do princípio da transparência<sup>118</sup>; a autora refere que nas relações de consumo a

---

<sup>111</sup> PINTO, Carlos Alberto da Mota, *Teoria Geral do Direito Civil*, 4ª edição por António Pinto Monteiro e Paulo Mota Pinto, Coimbra Editora, 2005;

<sup>112</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.28.

<sup>113</sup> *Idem*.

<sup>114</sup> MARQUES, Cláudia de Lima, *ob. cit.*

<sup>115</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.29.

<sup>116</sup> GOMIDE, Alexandre Junqueira, *ob. cit.*, pág.64.

<sup>117</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.30.

<sup>118</sup> BEZERRA, Clárisse Silva, *A Informação nas relações de consumo*, Lisboa, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2007, pág. 13.

informação é ofertada em dois momentos, um ainda na fase pré-contratual e o outro já atinente ao momento de formalização do contrato, e paralelamente do ato de consumo<sup>119</sup>.

### 3.2. Diferentes designações para o direito de arrependimento

Nas palavras de ALEXANDRE GOMIDE, o *direito de arrependimento* não é tratado na lei de forma uniforme sendo desta forma um tema ainda algo controvertido<sup>120</sup>, ao longo dos diferentes diplomas legais este direito apresenta diversas denominações, desde *direito de retratação*<sup>121</sup>, *direito de resolução*<sup>122</sup>, *direito de rescisão*<sup>123</sup>, *direito de livre resolução*<sup>124</sup>, *direito de renúncia*<sup>125</sup>, *direito de livre revogação*<sup>126</sup> ou *direito de revogação*<sup>127</sup>.  
128

De forma similar, também diferentes autores apresentam para este instituto designações diversas. Este aparece tratado como *direito de repensar*<sup>129</sup>, *direito de reflexão*<sup>130</sup>, *direito de desistir ou desistência*<sup>131</sup> e *direito de arrependimento*<sup>132</sup>.<sup>133</sup>

Não é uma vez mais unânime na doutrina que a figura do *direito de arrependimento* detenha todas estas terminologias, pois existem diversos autores que consideram que o direito de arrependimento será distinto de todas as supostas diferentes terminologias apresentadas.

---

<sup>119</sup> Idem, pág.14.

<sup>120</sup> GOMIDE, Alexandre Junqueira, *ob.cit.*, pág.95.

<sup>121</sup> Lei de Defesa do Consumidor; Directiva n.º. 2008/48/CE; Directiva n.º.2011/83/EU.

<sup>122</sup> DL n.º 275/93; DL n.º. 143/2001; DL n.º. 357-D/2007; Directiva n.º. 2008/122/CEE.

<sup>123</sup> Directiva n.º. 97/7/CE; DL n.º. 209/97.

<sup>124</sup> DL n.º. 143/2001; DL n.º 95/2006; DL n.º. 72/2008; DL n.º. 24/2014.

<sup>125</sup> Directiva 85/577/UE.

<sup>126</sup> DL n.º. 133/2009.

<sup>127</sup> DL n.º. 359/91.

<sup>128</sup>CARVALHO, Jorge Morais de, *Contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial*, Coimbra, Almedina, 2014, pág. 97

<sup>129</sup>SILVA, João Calvão da, *Banca, Bolsa e Seguros*, 2007, pág. 85.

<sup>130</sup> CORDEIRO, António Menezes, *Da Natureza civil do direito de consumo*, 2004, pág.639.

<sup>131</sup> ANTUNES, José A. Engrácia, *ob.cit.*, pág. 325.

<sup>132</sup>LEITÃO, Luís Menezes, *A protecção do consumidor contra as Práticas Comerciais Desleais e Agressivas*, 2003, pág. 166; CORDEIRO, António Menezes, *Da natureza civil do Direito do Consumo*, 2004, Pág. 639; ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo*, 2005, pág. 105.

<sup>133</sup> CARVALHO, Jorge Morais, *ob. cit.*, pág.97.

Ora vejamos, quanto ao *direito de revogação*, tal como JOANA DUARTE PEREIRA nos enuncia, existem autores<sup>134</sup> que consideram que este é um direito unilateral, contudo colhemos das palavras de JORGE MORAIS CARVALHO que esta não é a sua posição; o autor considera que este direito é essencialmente utilizado para casos em que o negócio se extinga por vontade do seu autor ou autores, ou seja estando no âmbito de contratos terão de existir duas partes pelo que o exercício do direito de revogação será um acordo de partes e não uma decisão unilateral<sup>135</sup>, sendo que no nosso entender JORGE MORAIS CARVALHO faz uma excelente interpretação uma vez que o *direito de arrependimento* da forma que se encontra regulado não necessita que exista um acordo entre as partes, e apenas basta a vontade do consumidor. ANA PRATA defende igual posição, sendo que esta alerta-nos que o *direito de arrependimento* tem geralmente eficácia retroativa e o *direito de revogação* apenas produz efeitos para o futuro<sup>136</sup>.

Relativamente ao *direito de resolução* a maior parte da doutrina considera que este é em muito idêntico ao *direito de arrependimento*, sendo que a diferença chave reside no facto do primeiro necessitar de um fundamento legal ou convencional para ser exercido e o segundo poder ser completamente imotivado<sup>137</sup>.

No nosso entender, influenciados pelos preceitos de JORGE MORAIS CARVALHO, consideramos que o *direito de arrependimento* é uma figura única e distinta de todas as outras, contudo muitas das vezes é tratada por diferentes autores com uma diferenciada nomenclatura não querendo estes alterar a sua forma concetual. Contudo uma vez mais no nosso íntimo atentamos que sendo esta uma temática ainda em evolução deverá existir um cuidado exímio em tentar adotar apenas uma terminologia para este instituto, por forma a não perder a sua identidade e especificidade própria.

---

<sup>134</sup> Pedro Romano Martinez e Miguel Miranda, por exemplo.

<sup>135</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.24

<sup>136</sup> CARVALHO, Jorge Morais, *ob. cit.*, pág.99.

<sup>137</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.24.

## 4. Legislação Europeia

### 4.1. A Legislação Europeia e o Direito de Arrependimento

No que a temática do *comércio eletrónico* diz respeito existe um amplo conjunto de legislação, sendo que a comunidade europeia desde sempre mostrou uma grande preocupação neste domínio pois desde cedo tiveram consciência que esta “nova” forma de comércio desempenharia um papel fulcral no desenvolvimento económico<sup>138</sup>.

Nas palavras de JOANA DUARTE PEREIRA, sendo esta autora influenciada por BEATRIZ LARA, o direito europeu do consumo “*baseia-se no paradigma do consumo enquanto motor da economia, promovendo uma sociedade de mais e melhor consumo*”.<sup>139</sup> Contudo é de fácil compreensão que este paradigma nem sempre será benéfico para o elemento mais frágil desta cadeia relacional: o consumidor.<sup>140</sup>

Desde logo tomámos consciência que são inúmeras as diretivas que têm aplicação em sede de *comércio eletrónico*;

Temos a **Diretiva 85/577/CEE**<sup>141</sup> cujo o seu âmbito de aplicação nos conduz à proteção dos consumidores no caso de contratos negociados fora dos estabelecimentos comerciais. Esta Diretiva ainda não tratou efetivamente os contratos eletrónicos, uma vez que à data a internet ainda nem sequer tinha entrado no seu pico de desenvolvimento, contudo foi este o primeiro grande passo do legislador europeu na regulação de contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.

Seguidamente é nos apresentada a **Diretiva 97/7/CE**<sup>142</sup> relativa à proteção dos consumidores em matéria de contratos à distância, esta surge face a necessidades impostas por este tipo de contratação. Dito de outra forma existia uma necessidade de salvaguardar o consumidor, uma vez que pelo facto de estarmos perante uma tipologia de contratação que não envolve contacto próximo entre o consumidor, o fornecedor e o produto, era impreterível

---

<sup>138</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág. 41.

<sup>139</sup> *Idem*, pág.42.

<sup>140</sup> LARA, Beatriz, *ob.cit.*, pág. 38.

<sup>141</sup> Diretiva do Conselho de 20 de dezembro de 1985.

<sup>142</sup> Diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho de 20 de maio de 1997.



que fossem determinadas as informações que obrigatoriamente teriam de ser prestadas ao consumidor; a utilização de técnicas de contratação à distancia não deve de forma alguma levar a uma diminuição da informação prestada<sup>143</sup>. Este texto legal ressalva também a hipótese de uma vez que em muitas ocasiões a informação transmitida aos consumidores é difundida através de meios efémeros, tornar-se necessário assegurar-se que mais tarde este tenha acesso a essa informação em suporte tradicional e duradouro<sup>144</sup>. São no nosso entender estes dois pontos os mais importantes de salientar.

Já no ano de 2000 somos presenteados por novo diploma europeu, a **Diretiva 2000/31/CE**<sup>145</sup>, esta visa estabelecer determinados aspetos legais da sociedade de informação, em especial do *comércio eletrónico*, no mercado interno. Deparamo-nos pela primeira vez com uma Diretiva que incide clara e concisamente sobre a temática do *comércio eletrónico*<sup>146</sup>. Na criação desta Diretiva teve um peso fundamental não só o próprio desenvolvimento do *comércio eletrónico*, como também a consciência por parte do legislador que este tipo de negociação facultava um vasto leque de oportunidades de emprego na Comunidade, estimulando assim o crescimento económico<sup>147</sup>. O legislador nesta fase começou a tomar efetivo conhecimento de uma nova realidade, e apercebeu-se que o desenvolvimento dos serviços da sociedade de informação de certa forma estava a ser enredado por um conjunto de enormes obstáculos legais, obstáculos esse que advinham da divergência constante nas diferentes legislações<sup>148</sup>. Esta Diretiva, entre muitos outros objetivos, visa garantir não só a segurança jurídica do consumidor como a sua própria confiança, criando um quadro legal geral claro<sup>149</sup>. Importa frisar que o estabelecido no referido texto legal não afeta a possibilidade de os Estados-membros manterem ou fixarem diferentes requisitos gerais ou específicos no âmbito da contratação eletrónica<sup>150</sup>. De forma sintetizada o legislador tentou estabelecer um equilíbrio entre os diferentes interesses em jogo<sup>151</sup>.

---

<sup>143</sup> Conclusões tiradas com base no texto da referida Diretiva, ponto (11), *vide Eur-Lex*.

<sup>144</sup> Conclusões tiradas com base no texto da referida Diretiva, ponto (13), *vide Eur-Lex*.

<sup>145</sup> Diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho de 8 de junho de 2000.

<sup>146</sup> Esta Diretiva é também denominada como “Diretiva sobre o comércio eletrónico”.

<sup>147</sup> Conclusões tiradas com base no texto da referida Diretiva, ponto (2), *vide Eur-Lex*.

<sup>148</sup> Conclusões tiradas com base no texto da referida Diretiva, ponto (5), *vide Eur-Lex*.

<sup>149</sup> Conclusões tiradas com base no texto da referida Diretiva, ponto (7), *vide Eur-Lex*.

<sup>150</sup> Conclusões tiradas com base no texto da referida Diretiva, ponto (35), *vide Eur-Lex*.

<sup>151</sup> Conclusões tiradas com base no texto da referida Diretiva, ponto (41), *vide Eur-Lex*.

Dois anos mais tarde, é então emanado o seguinte diploma: **Diretiva 2002/65/CE**<sup>152</sup>. O âmbito de proteção desta Diretiva conduz-nos à comercialização de serviços financeiros prestados a consumidores. A referida Diretiva deve assegurar um elevado nível de defesa do consumidor, garantindo assim a livre circulação dos serviços financeiros<sup>153</sup>.

Por ultimo já temos a **Diretiva 2011/83/UE**<sup>154</sup>, “relativa aos direitos dos consumidores, que altera a Diretiva 93/13/CEE do Conselho e a Diretiva 1999/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e que revoga a Diretiva 85/577/CEE do Conselho e a Diretiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho Texto relevante para efeitos do EEE”<sup>155</sup>.

O objetivo fundamental de todos estes diplomas prende-se com a harmonização de toda a legislação sobre a temática, criando assim um quadro jurídico coeso e coerente à escala europeia<sup>156</sup>.

#### **4.2. Diretiva 85/577/CEE, de 20 de dezembro de 1985**

A **Diretiva 85/577/CE**, que atualmente já se encontra revogada pela Diretiva 2011/83/UE, veio abordar a temática da proteção dos consumidores relativamente aos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial<sup>157</sup>. No desenrolar da década de 70, esta técnica de contratação começou a ser cada vez mais frequente e usual, o que levou a que se sentisse necessidade de se criar regulamentação específica para este tipo de vendas tendo em conta as suas particularidades<sup>158</sup>.

---

<sup>152</sup> Diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho de 23 de setembro de 2002.

<sup>153</sup> Conclusões tiradas com base no texto da referida Diretiva, ponto (13), *vide Eur-Lex*.

<sup>154</sup> Diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011.

<sup>155</sup> Texto retirado da parte inicial da referida diretiva.

<sup>156</sup> LEITÃO, Adelaide Menezes, Liber Amicorum Mário Frota. *A causa dos direitos dos consumidores*, Almedina, 2011, Pág. 32.

<sup>157</sup> JOANA DUARTE PEREIRA, classifica estes como “negócios door-to-door” - *ob. cit.*, pág42.

<sup>158</sup> ALVES, Fabrício Mota, *O Direito de arrependimento do consumidor: Exceções à regra e a necessidade de evolução legislativa no Brasil*, disponível em <http://jus.com.br/artigos/9605/o-direito-de-arrependimento-do-consumidor/2>.

Os contastes abusos e consequentes lesões para os consumidores, levaram então a que o legislador europeu sentisse necessidade de criar um mecanismo de proteção para este elo, aparentemente, mais fraco.

Na própria motivação<sup>159</sup> da criação da referida norma comunitária apercebo-nos que o legislador mostrou uma preocupação com os prejuízos que poderiam advir para o consumidor que optasse por escolher esta forma de contratação.<sup>160</sup> Desta forma, não poderíamos estar mais de acordo com FABRÍCIO MOTA ALVES, “*tornou-se necessário conceder ao consumidor abordado, neste tipo de relações comerciais, um prazo de reflexão do negócio*”<sup>161</sup>. Neste tipo de relações negociais, a regra geral, é ser o fornecedor a encetar o contacto com o consumidor; desta forma o consumidor quando é abordado para comprar determinado produto acaba por não ter um período para refletir de muita duração, e muitas vezes tal como JOANA DUARTE PEREIRA, absorvendo os ensinamentos de FABRÍCIO MOTA ALVES refere “*numa tentativa de se livrar do inoportuno vendedor, decide-se pelo produto oferecido*”<sup>162</sup>.

Numa tentativa de se proteger o consumidor e lhe permitir um maior período de reflexão mesmo após a compra, o legislador europeu foi desenvolvendo normas que

---

<sup>159</sup> “(...) considerando que uma disparidade entre estas legislações pode ter uma incidência direta no funcionamento do mercado comum; que convém, por conseguinte, proceder a uma aproximação das legislações neste domínio;

Considerando que o programa preliminar da Comunidade Económica Europeia para uma política de protecção e de informação dos consumidores (4) prevê, nomeadamente nos pontos 24 e 25, que é necessário proteger os consumidores através de medidas apropriadas contra práticas comerciais abusivas no domínio das vendas de porta a porta; que o segundo programa da Comunidade Económica Europeia para uma política de protecção e de informação dos consumidores (5), confirmou que as ações e prioridades do programa preliminar deviam ser prosseguidas;

Considerando que os contratos celebrados fora dos estabelecimentos comerciais do comerciante se caracterizam pelo facto de a iniciativa das negociações provir normalmente do comerciante e que o consumidor não está, de forma nenhuma, preparado para tais negociações e que foi apanhado desprevenido; que, muitas vezes, o consumidor nem mesmo pode comparar a qualidade e o preço da oferta com outras ofertas; que este elemento surpresa é tomado em linha de conta, não apenas nos contratos celebrados por venda ao domicílio mas também noutras formas de contrato em que o comerciante toma a iniciativa de vender fora dos estabelecimentos comerciais;

Considerando que é necessário conceder ao consumidor um direito de resolução por um período de pelo menos sete dias, a fim de lhe ser dada a possibilidade de avaliar as obrigações que decorrem do contrato;

Considerando que devem ser tomadas medidas apropriadas de forma a assegurar que o consumidor seja informado, por escrito, deste prazo de reflexão;”, *vide Diretiva 85/577/CEE, de 20 de dezembro de 1985, in <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A31985L0577>.*

<sup>160</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.43.

<sup>161</sup> ALVES, Fabrício Mota, *ob. cit.*

<sup>162</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.44.

resultaram na criação do *direito de arrependimento*<sup>163</sup>. Tal como o texto da Diretiva nos mostra, este esboço de *direito de arrependimento* apenas era possível no caso de se tratar de contratos celebrados conforme o disposto no art. 1.º da respetiva Diretiva, e já neste primeiro dispositivo surge a primeira exceção<sup>164</sup> ao exercício deste direito.

Também já neste mesmo diploma o legislador mostra que nem todos os contratos seriam passíveis de aplicabilidade deste esboço de *direito de arrependimento*, sendo o art. 3º do referido texto legal o espelho dessa mesma situação. Tal como FABRÍCIO MOTA ALVES refere este diploma afasta a sua aplicabilidade aos contratos imobiliários<sup>165</sup>, de fornecimento continuado de bens domésticos, de fornecimento de bens e serviços em circunstâncias próprias, e aos contratos de seguros e relativos a valores imobiliários<sup>166</sup>.

É o art. 5.º deste diploma que pela primeira vez enuncia o verdadeiro *direito de arrependimento*, começando aqui a longa caminhada face ao desenvolvimento deste instituto.<sup>167</sup> À data ainda não falava o legislador em contratação eletrónica; nesta época a internet ainda era uma realidade muito distante da população em geral<sup>168</sup>.

Ainda vigorava esta Diretiva e a comunidade europeia, tendo em conta a evolução tecnológica que decorreu nos anos 90 emanou a Recomendação n.º 92/295/CEE<sup>169</sup>, onde se começou a construir um *direito de arrependimento* vocacionado agora para um tipo de contratação realizada através de diferentes meios de comunicação e não as vendas “*door-to-door*”<sup>170</sup>.

### 4.3. Diretiva 97/7/CE, de 20 de maio de 1997

A **Diretiva 97/7/CE**, que hoje igualmente se encontra revogada pela Diretiva 2011/83/UE veio regular os contratos celebrados em domicílios e similares, as vendas

---

<sup>163</sup> Idem.

<sup>164</sup> Não existe possibilidade de direito de arrependimento na hipótese do consumidor convocar o fornecedor à sua casa.

<sup>165</sup> Não afastando no caso do objeto do negócio ser algum bem pertencente ou incorporado no imóvel.

<sup>166</sup> ALVES, Fabrício Mota, *ob. cit.*

<sup>167</sup> ALVES, Fabrício Mota, *ob. cit.*

<sup>168</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*

<sup>169</sup> Recomendação da Comissão de 7 de abril de 1992, *in* Eur-Lex.

<sup>170</sup> ALVES, Fabrício Mota, *ob. cit.*

automatizadas e as vendas esporádicas<sup>171</sup>, incidindo de igual forma na proteção do consumidor relativamente às vendas à distância.

Logo no seu art. 2.º o legislador tentou dar uma maior consistência a legislação já existente, tendo dado primazia à homogeneização dos conceitos de contratação “à distância”, “consumidores”, “fornecedores” ...<sup>172</sup>

Tal como na anterior Diretiva, também aqui o legislador fez questão de deixar frisado que existem determinados contratos aos quais a mesma não se aplica, sendo o conteúdo do art. 3.º a enunciação dessas referidas exclusões. Relativamente a essas exclusões parece-nos importante frisar duas em particular, concordando com o destaque que JOANA DUARTE PEREIRA lhes faz; desta forma autora destaca a exceção relativa aos *contratos financeiros* pois no seu entender, assim como o de FABRÍCIO MOTA ALVES, este tipo de contratação tem um impacto muito considerável na economia e na vida social sendo que existe (e bem) legislação específica para regular este setor<sup>173 174</sup>. Por outro lados estes autores fazem também referência ao caso das *máquinas de venda automática*, sendo que no ponto de vista dos mesmos, e de encontro com o definido e defendido pelo legislador nestes casos não há necessidade de aplicar a referida Diretiva pois aqui não se verifica uma verdadeira venda à distância, desta forma não existe aqui também a necessidade de proteção do consumidor fazendo uso de um *direito de arrependimento*<sup>175</sup>.

Importa frisar que aquando da celebração de um qualquer contrato à distância, deve o consumidor *a priori* ter na sua posse informações claras e objetivas não só sobre o produto como sobre o próprio o fornecedor, tendo estas que ser prestadas por escrito ou através de outro qualquer meio durável no momento em que o produto é entregue ao consumidor.<sup>176</sup>

Neste diploma pela primeira vez o *direito de arrependimento* é previsto de forma bastante clara no seu art.6.º, onde logo no parágrafo primeiro vemos as orientações sobre o conceito e o exercício do mesmo<sup>177</sup>. Este direito confere ao consumidor a possibilidade de

---

<sup>171</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob.cit.*, pág.48.

<sup>172</sup> ALVES, Fabrício Mota, *ob. cit.*

<sup>173</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.51;

<sup>174</sup> Importa ressaltar que o diploma que procedeu à transposição da Diretiva relativa aos serviços financeiros prevê de igual modo a possibilidade de direito de arrependimento nos contratos atinentes a esta temática.

<sup>175</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.51;

<sup>176</sup> LARA, Beatriz, *ob. cit.*, pág.38

<sup>177</sup> ALVES, Fabrício Mota, *ob. cit.*

terminar o contrato sem necessidade de motivo fundamentado num prazo de 7 dias, sendo que a contagem deste prazo varia consoante o objeto do negócio; e tendo o fornecedor que cumprir o estipulado no art.5.º <sup>178</sup> do referido diploma. No caso de ser feito por parte do consumidor uso do *direito de arrependimento*, o fornecedor terá de reembolsar o consumidor das quantias pagas num prazo máximo de 30 dias<sup>179</sup>.

Ao longo da Diretiva percebemos que houve uma clara adaptação do legislador á evolução tecnológica que se fez sentir, tentando este acima de tudo manter um equilíbrio entre a proteção do consumidor e a do fornecedor.<sup>180</sup>

A Diretiva apresenta também determinados contratos em que o consumidor não poderá exercer o *direito de arrependimento*; BEATRIZ LARA enumera os contratos onde tal se verifica, “*são eles, os de prestação de serviço que a tenha iniciado sua execução com a concordância do consumidor, antes do termino do prazo de sete dias uteis; os que dependam da flutuação de taxas do mercado financeiro; os de bens confeccionados sob medida ou personalizados para o consumidor; os de fornecimento de gravações áudio e vídeo; os de fornecimento de jornais e revistas; e apostas e loterias.*”<sup>181</sup>

Tal como percebemos pela análise do exposto por FABRÍCIO MOTA ALVES, houve uma grande preocupação do legislador em proteger as especificidades dos diferentes tipos de contratos, daí o leque de exceções apresentado ser tao vasto e pormenorizado, por forma a assim proteger o consumidor, mas ao mesmo tempo equilibrar a relação de consumo<sup>182</sup>.

#### **4.4. Diretiva 2000/31/CE, de 8 de junho**

A **Diretiva 2000/31/CE** é designada de Diretiva do *comércio eletrónico*. Este diploma no seu art. 2.º apresenta definições importantes para contextualizar a temática sobre

---

<sup>178</sup> Artigo 5º-Confirmação por escrito das informações.

<sup>179</sup> OLIVEIRA, Elsa, *A Protecção aos consumidores em matéria de contratos celebrados à distância na perspectiva da Diretiva 97/7/CE de 20 de maio de 1997*, Relatório de mestrado, pág. 58.

<sup>180</sup> ALVES, Fabrício Mota, *ob. cit.*

<sup>181</sup> LARA, Beatriz, *ob. cit.*, pág.39

<sup>182</sup> ALVES, Fabrício Mota, *ob. cit.*

a qual incide<sup>183</sup>. O legislador de igual forma se preocupou em salvaguardar, que não existiriam obstáculos para a celebração de contratos eletronicamente firmados, nem tao pouco que a sua validade fosse posta em causa tendo em conta o meio através do qual tinham sido celebrados<sup>184</sup>. Importa aqui frisar também que as informações a prestar sobre o produto têm um papel fundamental, pelo que estas ainda na fase pré-contratual (isto é ainda antes da ordem de encomenda) devem ser prestadas de forma clara e concisa<sup>185</sup>. Parafraseando BEATRIZ LARA, “A diretiva assegura que não haverá obstáculos para a celebração dos contratos por meios eletrónicos, (...) Os Estados-membros poderão determinar que essas regras não se apliquem aos contratos, que criem ou transfiram direitos sobre bens imoveis, salvo os direitos de arrendamento; que exijam por determinação legal a intervenção de tribunais, entidades publicas ou profissões que exercem poderes públicos; de caução e garantias prestadas por pessoas que estejam atuando fora das suas expertises; e os que são amparados pelo direito da família ou sucessório.”<sup>186</sup>

Uma vez mais concordando em pleno com JOANA DUARTE PEREIRA, é inegável que o “acelerado crescimento do ambiente digital das redes abertas como a internet, possibilitou o comércio eletrônico à escala global”<sup>187</sup>; sendo que desta forma tornou-se necessário unir esforços nacionais e internacionais para assim se promover este tipo de contratação, assegurando assim um ambiente mais confiável <sup>188</sup>.

Esse diploma engloba todos os serviços da sociedade de informação.<sup>189</sup>

Tendo por base a síntese esquemática apresentada por JOANA DUARTE PEREIRA, esta Diretiva visa essencialmente duas áreas: a primeira relativa aos prestadores de serviços da sociedade de informação<sup>190</sup>, e uma segunda relacionada mais intimamente com o Direito de consumo<sup>191</sup>; o objetivo fundamental é a “promoção da livre circulação de serviços da sociedade de informação”<sup>192</sup>.

---

<sup>183</sup> LARA, Beatriz, *ob. cit.*, pág. 40.

<sup>184</sup> LARA, Beatriz, *ob. cit.*, pág.43.

<sup>185</sup> *Idem.*

<sup>186</sup> *Idem.*

<sup>187</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.62.

<sup>188</sup> *Idem.*

<sup>189</sup> *Idem.*

<sup>190</sup> Art.4º; 12º e 15º da Diretiva.

<sup>191</sup> Art. 4º; 5º; 6º; 7º; 9º; 10º e 11º da Diretiva.

<sup>192</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.64.

## 5. Direito de Arrependimento em Portugal

### 5.1. Aplicabilidade e Exercício

De acordo com a Diretiva 97/7/CE o prazo estipulado para o consumidor poder refletir sobre a compra que realizou era de 7 dias, contudo o legislador não optou por uma norma imperativa, dando assim espaço a cada Estado-membro estipular um prazo maior caso assim entendesse. O legislador português optou por estabelecer um prazo de 14 dias, uma inovação relativamente ao diploma comunitário<sup>193</sup>, contudo casos há em que este período se estende por 3 meses<sup>194</sup>.

Desde que surgiu como tal o *direito de arrependimento* é um instituto que não necessita de motivo justificativo para poder ser exercido pelo consumidor<sup>195</sup>.

Parece-nos importante sublinhar que o *direito de arrependimento* nos contratos celebrados pela internet apenas se aplica em relações de consumo do tipo B2C<sup>196</sup>.

Foqemo-nos agora no efetivo exercício do *direito de arrependimento*; o exercício deste direito completa-se com a devolução ao fornecedor do produto dentro do período exigível, tendo direito a ser reembolsado do pelo preço da compra e das despesas de envio<sup>197</sup> num prazo de 30 dias.

O ónus da prova cabe ao consumidor, pelo que este deverá de alguma forma salvaguardar-se para na eventualidade de ser necessário conseguir provar que enviou os bens. Na casualidade de o consumidor ter adquirido um serviço este terá de comunicar ao fornecedor a sua vontade de cancelar o serviço<sup>198</sup>.

CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA refere na sua obra que inúmeras vezes os fornecedores impõe um conjunto de restrições aos consumidores, como não abrir o produto,

---

<sup>193</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág. 69.

<sup>194</sup> *Idem.*

<sup>195</sup> *Idem.*

<sup>196</sup> *Business to consume*, isto é, uma relação entre um sujeito profissional e um particular.

<sup>197</sup> Informação retirada do Centro Europeu do Consumo, Direito de Cancelamento/Arrependimento, disponível em <http://cec.consumidor.pt/guiade-compras-na-internet/direito-de-cancelamento.aspx>.

<sup>198</sup> *Idem.*



para assim poderem ter a faculdade de usar do seu *direito de arrependimento*; não obstante tem então o fornecedor que apresentar toda a informação necessária relativamente ao produto; caso este cumpra o seu dever em conformidade o prazo de exercício do direito inicia-se com a receção do produto ou com a aquisição do serviço<sup>199</sup>. Caso o fornecedor não conceda toda a informação que deveria ao consumidor, o prazo para o exercício do *direito de arrependimento* apenas se começa a contar no momento em que o consumidor passe a ter na sua posse as referidas informações, podendo desta forma o período de reflexão estender-se por 3 meses<sup>200</sup>.

Tal como por nós já foi anteriormente referido o *direito de arrependimento* não se vai aplicar em todas as compras nem em todos os serviços. A título de exemplo: não existirá *direito de arrependimento* caso o contato entre o fornecedor e consumidor tenha sido feito pela internet e depois o produto seja comprado na loja física; já assim não será se o bem for pago pela internet e mais tarde levantado na loja física, sendo que desta forma o consumidor continuará a ter *direito de arrependimento*<sup>201</sup>.

A finalidade do *direito de arrependimento* jamais será lesar o fornecedor, mas equilibrar a relação de consumo, protegendo assim um pouco mais o consumidor. Nas palavras de BRANDÃO PROENÇA, o *direito de arrependimento* não tem carácter sancionatório, nem pode ser considerado um escopo sancionatório;<sup>202</sup>

Na nossa legislação de proteção do consumidor o *direito de arrependimento* encontra-se previsto em inúmeras situações

### 5.1.1. Lei de Defesa dos Consumidores

---

<sup>199</sup> ALMEIDA, Carlos Ferreira, *ob. cit.*

<sup>200</sup> ALMEIDA, Carlos Ferreira, *ob. cit.*

<sup>201</sup> Informação retirada do Centro Europeu do Consumo, Direito de Cancelamento/Arrependimento, disponível em <http://cec.consumidor.pt/guiade-compras-na-internet/direito-de-cancelamento.aspx>.

<sup>202</sup> CITRO, Flávio, Proposta de diretiva do parlamento europeu e do conselho aos Direitos dos Consumidores , in RPDC, disponível em [http://www.flaviocitro.com.br/v1/index.php/2011/05/10/revista-portuguesa-de-direito-do-consumo-proposta-dediretiva-do-parlamento-e-do-conselho-aos-direitos-dos-consumidores-trabalho-do-curso-de-pos-graduacao-de-flavio-citro/](http://www.flaviocitro.com.br/v1/index.php/2011/05/10/revista-portuguesa-de-direito-do-consumo-proposta-dediretiva-do-parlamento-europeu-e-do-conselho-aos-direitos-dos-consumidores-trabalho-do-curso-de-pos-graduacao-de-flavio-citro/).

Elaborar um Código do Consumidor não é apenas proteger o homem enquanto consumidor, mas também o próprio processo económico,<sup>203</sup> sendo que a defesa do consumidor é fundamental para a prosperação do *comércio eletrónico*<sup>204</sup>.

É muito importante saber que direitos possuem os consumidores, e entre nós a própria Constituição da República consagra no seu art.60.º os direitos fundamentais destes;<sup>205</sup> direitos estes que foram então posteriormente explicitados na Lei de defesa do consumidor e têm carácter injuntivo<sup>206</sup>, sendo que aqui restringiremos a análise de acordo com a temática principal objeto de estudo.

A lei n.º 24/96, de 31 de julho, cuja sua última versão foi dada pelo DL n.º 47/2014, de 28 de julho, regula os direitos dos consumidores. Este diploma sustenta a defesa dos consumidores no princípio geral de que estes têm o direito a ser informados sobre os produtos que compram<sup>207</sup>, caso o dever de informação não seja cumprido pelos fornecedores pode o consumidor arrepender-se no período de 7 dias úteis<sup>208</sup>. Este direito encontra-se previsto no n.º 4 do art.8.º da referida lei e dá pelo nome de *direito de retratação*, contudo concordando com o a opinião de JORGE MORAIS DE CARVALHO, não podemos considerar que esta seja apenas uma diferente terminologia para o *direito de arrependimento*. Na retratação o consumidor necessita de uma justificação para poder fazer uso desta faculdade<sup>209</sup>, e para exercer o *direito de arrependimento* não necessita ele de motivo justificativo, pelo que estamos apenas perante institutos idênticos<sup>210</sup>. Importa também frisar que a norma que prevê a retratação tem um carácter residual, existindo noutros diplomas soluções que asseguram uma maior proteção ao consumidor<sup>211</sup>.

---

<sup>203</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *A Proteção do Consumidor no quadro da Directiva sobre o comércio eletrónico*, Estudos de Direito do Consumidor, 2000, pág. 65

<sup>204</sup> Idem, pág.68.

<sup>205</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *A Proteção do Consumidor no quadro da Directiva sobre o comércio eletrónico*, Estudos de Direito do Consumidor, 2000, pág.74.

<sup>206</sup> Idem.

<sup>207</sup> Cfr. art.3.º e 8.º da lei n.º. 24/96

<sup>208</sup> Nova Regras para os Contratos Celebrados à distância, PLMJ, pág. 1.

<sup>209</sup> Neste caso necessita de a informação prestada pelo fornecedor ser insuficiente.

<sup>210</sup> CARVALHO, Jorge Morais de, *Os contratos de consumo: Reflexão sobre a autonomia privada no Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2012, pág. 392.

<sup>211</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.73.

### 5.1.2. DL n. °143/2001

Este Decreto-lei, já revogado pelo DL n.º24/2014, aplica-se aos contratos celebrados à distância e ao domicílio e equiparados. O *direito de arrependimento* foi previsto no n.º.1 do art.6.º deste diploma, desta forma tinha então o consumidor um período de 14 dias para se arrepender de celebrar tal contrato<sup>212</sup>, não necessitando de justificar a sua pretensão. A contagem do referido período iria divergir dependendo do tipo de contrato celebrado<sup>213</sup>. Aquando da contratualização o fornecedor teria sempre de cumprir o dever de informação a que se encontrava adstrito, pelo que o seu incumprimento poderia levar à extensão do prazo para o exercício *do direito de arrependimento* de 14 dias para 3 meses.<sup>214</sup> Todavia o legislador consagrou situações em que o consumidor não teria esta faculdade sendo elas elencadas no art.7º do respetivo diploma.

### 5.1.3. DL n.º. 24/2014

A versão mais recente deste diploma foi-nos dada pela Lei n. °47/2014, de 28 de julho<sup>215</sup>.

De igual modo neste diploma o legislador não se olvidou de consagrar o direito de o consumidor resolver o contrato que celebrou de forma injustificada, como assim nos mostra o art.10.º.<sup>216</sup> No que à contagem do prazo respeita ela vai diferir de acordo com a situação concreta, sendo que o n.º1 do referido artigo explicita de forma clara como se irá desenrolar, e deve-se aqui ter em consideração o disposto no art.296.º e 279.º do C.C.. Importa aqui frisar que atualmente o consumidor pode exercer o *direito de arrependimento* ainda que a prestação de serviço já se tenha iniciado, desde que pague o valor correspondente ao serviço prestado<sup>217</sup>. Uma vez mais aqui não foi esquecida a importância do dever de informação, que caso não seja cumprido pelo fornecedor permite que o prazo

---

<sup>212</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.74.

<sup>213</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.74.

<sup>214</sup> *Idem.*

<sup>215</sup> Esta Lei procedeu à transposição parcial da Diretiva n. °2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores.

<sup>216</sup> É aqui igualmente previsto um prazo de 14 dias para o consumidor poder resolver o contrato.

<sup>217</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.80

de 14 dias seja alargado até 12 meses, sendo que após ser então informado da existência deste instituto começam novamente a contar os 14 dias.<sup>218</sup>

Verificamos que o prazo de 14 dias se mantém relativamente ao regime anterior, podendo, todavia, ser alargado: ou seja, nada impede as partes que contratualmente fixem um período superior para o exercício do *direito de arrependimento*<sup>219</sup>.

Este diploma no seu anexo disponibiliza um modelo de “*Livre Resolução*” para o consumidor poder exercer o seu direito<sup>220</sup>, contudo o este não tem que ser obrigatoriamente exercido desta forma.<sup>221</sup>

Também nos apresenta um conjunto de situações em que o *direito de arrependimento* não terá lugar, sendo que estas encontram-se elencadas no art.17º no referido diploma.<sup>222</sup>

Este regime apresenta algumas novidades comparativamente ao anterior, todavia o prazo para o exercício deste direito continua inalterado.

---

<sup>218</sup> Idem.

<sup>219</sup> Idem.

<sup>220</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.81

<sup>221</sup> CARVALHO, Jorge Morais de, e PINTO-FERREIRA, João Pedro, *Contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial*, Almedina, Coimbra, 2014, pág. 106.

<sup>222</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.90.

## 6. O Direito de Arrependimento nos diferentes Ordenamentos Jurídicos

### 6.1. Breve Reflexão

Os legisladores dos diferentes países previram e desenvolveram este instituto nos seus ordenamentos jurídicos, pelo que é assim justificável que este se encontre espalhado pelos vários cantos do mundo.

Em França o *direito de arrependimento* assemelha-se muito ao que o legislador português desenvolveu. Tal como ALEXANDRE GOMIDE nos apresenta na sua obra, o *direito de arrependimento* foi consagrado no *Code de la Consommation*, sendo este diploma aplicado a todas as vendas de bens ou serviços que se realizem sem a presença física das partes<sup>223</sup>. O período estipulado para o seu exercício é de 14 dias, podendo contratualmente ser ampliado<sup>224</sup>.

No país vizinho ao nosso, Espanha, igualmente não encontramos significativas diferenças relativamente ao estipulado pelo nosso legislador. Também aqui recai sobre o vendedor uma obrigação de prestar informações concretas e detalhadas sobre o produto ao consumidor assim como foi estabelecido um conjunto de situações em que não existe possibilidade de exercício do *direito de arrependimento*<sup>225</sup> e o prazo fixou-se também (com a transposição da Diretiva nº.2011/83/UE) em 14 dias.<sup>226</sup>

Em Itália, foi onde inicialmente encontramos as maiores diferenças face ao nosso ordenamento jurídico. Desta forma, o legislador italiano fixou primeiramente o prazo em 10 dias, e apenas com a transposição da Diretiva nº.2011/83/UE se deu a fixação do prazo nos 14 dias<sup>227</sup>. Em termos concetuais não encontramos aqui diferenças significativas ao determinado na nossa ordem jurídica.

---

<sup>223</sup> GOMIDE, Alexandre Junqueira, *ob. cit.*, pág. 86.

<sup>224</sup> <http://droit-finances.commentcamarche.net/faq/507-loi-hamon-vente-a-distance-et-internet-retractation> .

<sup>225</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.99.

<sup>226</sup> *Idem.*

<sup>227</sup> *Idem.*

Quanto à Alemanha o prazo fixado pelo legislador foi de 15 dias para se poder proceder ao exercício do *direito de arrependimento*;<sup>228</sup> aqui este caracteriza-se pela “*relativização da autonomia da vontade*”<sup>229</sup>.

Na Bélgica “o art. 80 da Loi du 14 J uillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l’information et la protection du consommateur concedeu um prazo de 7 dias úteis ou de três meses para o exercício do *direito de arrependimento*, em caso de incumprimento da *obrigação de confirmação*”<sup>230</sup>. Também aqui as semelhanças ao previsto no nosso país são muitas, tendo-se acentuado ainda mais com a transposição da diretiva n.º 2011/83 naquele país.<sup>231</sup>

O Brasil foi o país em que houve uma maior evolução da proteção dos consumidores, e devido à sua ótima codificação tem servido de inspiração aos movimentos codificadores de outros países.<sup>232</sup> Também neste ordenamento jurídico não releva a existência de um motivo para o exercício do *direito de arrependimento*, sendo que a razão de ser deste instituo tal como em Portugal, prende-se com criação de um ambiente mais seguro para a contratação<sup>233</sup>; o prazo fixado pelo legislador brasileiro para o exercício deste direito foi de 7 dias<sup>234</sup>.

Passando agora por alguns países da América Latina: no Paraguai existe também a possibilidade de exercer este direito sendo o prazo de 7 dias; já na Argentina este prazo estende-se até aos 10 dias; no Uruguai o legislador fixou um prazo ligeiramente menor em relação ao que estamos habituados, sendo este de 5 dias; por fim no Perú este direito tem a especificidade de não estar associado a nenhum contrato de consumo, pelo que é qualificado como uma exceção ao princípio da força obrigatória dos contratos.<sup>235</sup>

---

<sup>229</sup>ALVES, Fabrício Mota, *ob. cit.*, disponível em <http://jus.com.br/artigos/9605/o-direito-de-arrependimento-do-consumidor/>.

<sup>230</sup>CARVALHO, Jorge Morais de, *ob. cit.*, Almedina, Coimbra, 2012, pág. 396.

<sup>231</sup><http://www.cecbelgique.be/les-consommateurs-belges-mieux-protectes-depuis-le-31-mai-2014-s69941.htm>

<sup>232</sup> Conclusão nossa com base no apresentado na obra de PEREIRA, Joana Duarte.

<sup>233</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, pág.112.

<sup>234</sup> *Idem*.

<sup>235</sup> *Idem*, pág.120.

## 7. E-commerce e o Direito de Arrependimento

### 7.1. Proteção dos Consumidores

Nas palavras de JOANA DUARTE PEREIRA, a atividade de fazer compras pela internet é hoje uma atividade banal para grande parte da população ativa<sup>236</sup>.

*“O comércio eletrônico é uma realidade inquestionável, contudo sob a ótica jurídica apresenta alguns problemas”*<sup>237</sup>, desta forma é facultado ao consumidor um período em que este pode desistir do contrato que efetuou, garantindo assim uma maior segurança no momento de contratar.

FÁBIO BRUNO define o *direito de arrependimento* como a *“faculdade conferida ao consumidor de desistir do contrato que tenha efetuado fora do estabelecimento do fornecedor”*<sup>238</sup>.

Muitos autores têm-se debruçado sobre o porquê de ser necessário proteger o consumidor quando se trata de contratação à distância, e a razão de ser desta necessidade de proteção prende-se tal como FÁBIO BRUNO, refere na tentativa de salvaguarda a discricionariedade no ato de consumo, e no seu entendimento *“esta discricionariedade, a seu passo, é a conveniência e a oportunidade do consumidor no ato de consumir”*<sup>239</sup>. Este autor faz uma análise mais detalhada da razão de ser da necessidade desta proteção, sendo que não poderíamos deixar de a referir, pois indubitavelmente nós acolhemos e subscrevemos na íntegra a sua opinião.

Seguindo a sua linha de pensamento, o consumidor quando contrata à distância não o faz dentro do estabelecimento do fornecedor pelo que não tem uma total e real perceção de tudo o que o rodeia, sendo que nestas situações o consumidor não pensa tanto, pelo que está mais sujeito a adquirir um produto sem uma total e correta ponderação<sup>240</sup>. Desta forma poderá o consumidor ser levado a *“consumir por impulso, a adquirir um produto ou um serviço sem a devida liberdade, a contratar motivado ou constringido por técnicas*

---

<sup>236</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob.cit.*, pág. 17.

<sup>237</sup> BRUNO, Fábio de Barros, *ob.cit.*, pág. 8170.

<sup>238</sup> *Idem*, pág. 8171.

<sup>239</sup> *Idem*, pág. 8171.

<sup>240</sup> BRUNO, Fábio de Barros, *ob.cit.*, pág.8171.

*agressivas de vendas, ou ainda estará ele sujeito a comprar algo que desconhece, a que não lhe foi dada oportunidade de ter contacto prévio*”<sup>241</sup>. Este autor apresenta-nos uma série de argumentos que a nosso ver são irrefutáveis, para assim justificar a necessidade de criar um escape, de forma ao consumidor poder ver os seus direitos totalmente protegidos: *o direito de arrependimento*.

Podemos desde já concluir que a falta de discricionariedade do consumo leva a uma desproteção do consumidor, sendo esta também no entender de CLÁUDIA LIMA MARQUES, a razão de ser do *direito de arrependimento*. Nas palavras desta autora a falta de reflexão do consumidor no ato de contratar leva a que surjam inúmeros problemas a isso associados.<sup>242</sup> Num momento inicial, podemos então afirmar que o *direito de arrependimento* vem assim assegurar o equilíbrio na relação de consumo, uma vez que garante a verdadeira discricionariedade do consumidor quando contrata.<sup>243</sup>

Estes dois autores sustentam as suas posições na falta de discricionariedade do consumidor no ato de contratar; mostra-se então necessário expor de que forma resulta então esta falta de discricionariedade. Ora, nas palavras de FÁBIO BRUNO a falta de discricionariedade resulta de **dois importantes fatores: o recurso à utilização de técnicas de marketing agressivo e do desconhecimento do produto** pelo consumidor.<sup>244</sup> Iremos agora tentar alcançar de que forma a discricionariedade do consumidor é afetada.

Quando o autor se refere ao **recurso a técnicas de marketing agressivo**, este considera que desta forma o fornecedor acaba por interferir na formação e na própria vontade do consumidor, uma vez que o consumo não foi espontâneo, “*mas sim induzido por tais técnicas*”<sup>245</sup>, isto é o consumidor foi levado a contratar, esta vontade não surgiu no seu íntimo de forma aleatória, mas sim porque o fornecedor criou um ambiente propício a que este considerasse necessário o seu ato de consumo.

FÁBIO BRUNO apresenta-nos alguns exemplos de **marketing agressivo** no *comércio eletrónico*, muitas das vezes deparamo-nos com eles, contudo não nos

---

<sup>241</sup> Idem, pág. 8171.

<sup>242</sup> MARQUES, Cláudia Lima, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 4ª edição, São Paulo: RT, 2004, pág.717.

<sup>243</sup> BRUNO, Fábio de Barros, ob. cit., pág. 8172.

<sup>244</sup> Idem, pág. 8172.

<sup>245</sup> BRUNO, Fábio de Barros, ob. cit., pág. 8172.



apercebemos que eles de alguma forma irão condicionar a nossa atuação ou mesmo precipitar as nossas ações. Os exemplos mais comuns dessas técnicas são as conhecidas **janelas de pop-ups**, que aparecem nos ecrãs dos nossos computadores sem por nós serem solicitadas, apresentando-nos produtos que muitas vezes nós consumidores nem sequer nos encontrávamos à procura<sup>246</sup>.

Relativamente ao **desconhecimento do produto** por parte do consumidor, este no pensamento do autor acima referenciado, também afeta a discricionariedade no momento do consumo; o consumidor compra um produto com o qual não teve efetivo contato e desconhece a totalidade das suas características<sup>247</sup>. O legislador ao criar o instituto do *direito de arrependimento* vem assim assegurar a discricionariedade do consumo.

## **7.2. A problemática da aplicação do direito de arrependimento**

Indubitavelmente já ficou claro que se reconhece a aplicabilidade do *direito de arrependimento* aos contratos celebrados eletronicamente, contudo importa igualmente frisar que esta aplicabilidade não comporta todas as contratações realizada pela Internet.<sup>248</sup>

### **7.2.2. Limites da aplicabilidade do direito de arrependimento ao comércio eletrónico**

ALEXANDRE GOMIDE, citando ANTUNES VARELA E PIRES DE LIMA, defende que o exercício do *direito de arrependimento* seja prudente, por forma a não existirem prejuízos para os fornecedores dos produtos ou serviços<sup>249</sup>. Sendo que para demarcar o exercício ponderado do *direito de arrependimento* do conseqüente abuso de direito tornou-se necessário estabelecer algumas restrições a esse mesmo instituto<sup>250</sup>; a

---

<sup>246</sup> Idem, pag.8172

<sup>247</sup> BRUNO, Fábio de Barros, ob. cit.

<sup>248</sup> LARA, Beatriz Furtado, ob.cit., pág.29

<sup>249</sup> GOMIDE, Alexandre Junqueira, ob. cit., pág.67.

<sup>250</sup> PEREIRA, Joana Duarte, ob. cit., pág.30.

Diretiva nº. 97/7/CEE, teve um papel fundamental na instituição dessas mesmas restrições<sup>251</sup>.

O abuso de direito encontra-se previsto no art. 334º do C.C.<sup>252</sup>; o legislador optou por determinar uma conceção objetiva deste conceito, sendo que não é necessário existir por parte dos sujeitos uma consciência de que estão a exceder os seus direitos, basta que o excedam efetivamente<sup>253</sup>. ANTUNES VARELA, alerta-nos, contudo, para o facto de este conceito não ser totalmente alheio a fatores subjetivos, sendo que a intenção do sujeito que age tem de ser sempre valorada<sup>254</sup>.

O *direito de arrependimento* é um direito subjetivo do consumidor, isto é, este é livre de o exercer ou não<sup>255</sup>. Nenhum direito subjetivo é absoluto, importa então estabelecer limites ao exercício deste por parte do consumidor e do próprio fornecedor, equilibrando assim a relação de consumo<sup>256</sup>.

Apesar de parecer que o exercício do *direito de arrependimento* não comporta limites alguns, isso não passa apenas de uma mera afiguração, é certo que para o exercício deste o consumidor não tem que fundamentar o porquê de querer fazer uso de tal faculdade, contudo tal como FÁBIO BARROS<sup>257</sup> nos diz não podemos daí concluir pela inexistência de qualquer tipo de limitação.

Este mesmo autor apresenta-nos estes limites de uma forma bastante clara e de fácil compreensão. No seu parecer os limites dividem-se em **intrínsecos**, relacionando-se estes com *limitações espaciais* e também *temporais*, e limites **extrínsecos** que se prendem já com *questões sociais e materiais*.<sup>258</sup>

---

<sup>251</sup> GOMIDE, Alexandre Junqueira, *ob. cit.*, pág.73 e 74.

<sup>252</sup> Artigo 334.º-Abuso do direito:

É ilegítimo o exercício de um direito, quando o titular exceda manifestamente os limites impostos pela boa fé, pelos bons costumes ou pelo fim social ou económico desse direito.

<sup>253</sup> LIMA, Fernando Pires de, e VARELA, João de Matos Antunes, *Código Civil Anotado*, volume I, 3ª Edição Revista e Actualizada, Coimbra Editora, 1982, pág.296.

<sup>254</sup> VARELA, Antunes, *Das Obrigações em Geral*, 4ª Edição, volume I, nº131

<sup>255</sup> PINTO, Carlos Alberto da Mota, *Teoria Geral do Direito Civil*, 4ª edição por António Pinto Monteiro e Paulo Mota Pinto, Coimbra Editora, 2005. Nesta obra é apresentada a definição de Direito Subjetivo: “o direito subjetivo pode definir-se como o poder jurídico de livremente exigir ou pretender de outrem um comportamento positivo (ação) ou negativo (omissão) ou de por um ato de livre vontade, (...) produzir determinados efeitos jurídicos que inevitavelmente se impõe a outra pessoa.”

<sup>256</sup> BRUNO, Fábio de Barros, *ob. cit.*, pág.8174

<sup>257</sup> *Idem*, pág. 8175

<sup>258</sup>BRUNO, Fábio de Barros, *ob. cit.*

Quanto ao *limite espacial*, este tem a ver com o espaço onde o contrato é celebrado. Muitas questões têm aqui sido levantadas pois não é unânime quanto à celebração do contrato se este é ou não celebrado fora do estabelecimento comercial quando realizado pela internet.<sup>259</sup> Há autores que consideram que contratar pela internet é aceder ao estabelecimento comercial (ainda que virtual do fornecedor)<sup>260</sup>, contudo temos que concordar com FÁBIO BRUNO que defende que não podemos considerar igual o local físico onde o fornecedor exerce a sua atividade e o local virtual, o “*site, quanto muito, poderia ser comparado a um catálogo de vendas*”<sup>261</sup>; sendo que é completamente diferente contratar num local onde podemos ter um real contacto com o produto e um outro onde apenas podemos consultar as suas características. Importa referir o que se entende por estabelecimento comercial, e JOANA DUARTE PEREIRA define-o como “*complexo de bens corpóreos organizado e utilizado pelo empresário, pessoa física ou jurídica, para o exercício profissional da atividade económica organizada com vista à circulação de bens e serviços.*”<sup>262</sup> Esta autora, tal como FÁBIO BRUNO considera que o conceito de estabelecimento comercial deve ser um conceito amplo, contudo bebendo da inspiração do referido autor ela concorda de igual forma que o que deve motivar a existência do *direito de arrependimento* é o facto da contratação ser ter realizado à distância<sup>263</sup>.

No que ao *limite temporal* diz respeito, importa em primeiro lugar mencionar que a data-limite para o exercício do *direito de arrependimento* é definida por cada ordenamento jurídico; desconhece-se a razão de ser de o prazo inicialmente estipulado pelo legislador ser de 7 dias , contudo concordamos com FÁBIO BRUNO , considerando que a *ratio* da estipulação deste prazo se prenda com o facto de que desta forma o período que o consumidor iria ter para refletir contemplaria sempre um fim de semana, período temporal esse onde o consumidor conseguiria mais facilmente pesar a sua decisão pois estaria num ambiente tendencialmente menos agitado, podendo assim formar uma decisão mais sensata.<sup>264</sup> Terminado o prazo estipulado para o exercício deste direito, não pode o consumidor fazer uso dele e arrepender-se assim do contrato realizado<sup>265</sup>. O início da contagem do prazo

---

<sup>259</sup> Idem, pág. 8177

<sup>260</sup> COELHO, Fábio Ulhoa, *Curso de Direito Comercial*, 6ª edição, São Paulo.

<sup>261</sup> BRUNO, Fábio de Barros, *ob. cit.*, pág.8177

<sup>262</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob.cit.*, pág. 31.

<sup>263</sup> Idem, pág. 31.

<sup>264</sup> BRUNO, Fábio Barros, *ob. cit.*

<sup>265</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob.cit.*, pág. 32.

deverá ter como indicador a data em que o consumidor assinou o contrato ou a data em que o produto foi recebido<sup>266</sup>, e para o início da contagem deste “*deve-se excluir-se o dia do início e incluir-se o último dia*”<sup>267</sup>; na eventualidade do dia inicial da referida contagem coincidir com um feriado ou dia não útil, a contagem iniciar-se-á no dia útil seguinte, sendo que igual regra se aplica para o dia do final do prazo<sup>268</sup>. Os prazos estipulados são períodos mínimos, e em nada obsta a que sejam estabelecidos maiores limites por parte dos fornecedores; contrariamente estes não podem estipular um prazo inferior, pois consequentemente essa cláusula será abusiva e dessa forma nula<sup>269</sup>.

Falando agora dos **limites extrínsecos**, estes são então os *limites sociais* e também *materiais*.

FÁBIO BRUNO define o *limite social* como o princípio da boa-fé objetiva<sup>270</sup>. Isto é na sua forma de pensar este limite tem por objetivo proteger a discricionariedade do consumidor, ou seja, procura-se assegurar a boa-fé na relação de consumo. Obviamente que quando se fala em boa-fé na relação de consumo, esta tem de ser de ambas as partes.<sup>271</sup> O autor ao longo da sua obra alerta-nos para algo de extrema importância, o recurso ao *direito de arrependimento* tem de ser sempre ponderado, pois caso se faça uso desta faculdade de forma irrefletida o consumidor acabara por ferir o princípio da boa-fé existente na relação de consumo estabelecida. No *comércio eletrônico* torna-se bastante fácil violar o princípio da boa-fé pelo que tem que se analisar cuidadosamente caso a caso<sup>272</sup>, desta forma temos sempre que tentar perceber se o consumidor ao exercer o seu *direito de arrependimento* o fez com a intenção de prejudicar o fornecedor<sup>273</sup>. É com base neste princípio de boa-fé, honestidade e lealdade na relação de consumo que deve ser pautada a relação entre o consumidor e o fornecedor<sup>274</sup>.

---

<sup>266</sup> Idem, pág. 33.

<sup>267</sup> Idem, pág.33.

<sup>268</sup> BRUNO, Fábio Barros, *ob. cit.*, pág.8178

<sup>269</sup> Idem.

<sup>270</sup> Este conceito foi já definido por nós anteriormente.

<sup>271</sup> BRUNO, Fábio Barros, *ob. cit.*, pág. 8180

<sup>272</sup> BRUNO, Fábio Barros, *ob. cit.*

<sup>273</sup> Idem, pág. 8181.

<sup>274</sup> Idem, pág. 8179.

Importa frisar que o consumidor não poderá exercer o *direito de arrependimento* em todos os produtos que adquire pela internet<sup>275</sup>, se essa é ou não a melhor solução ainda hoje a doutrina não nos apresenta um parecer unânime.

Por fim, ainda dentro dos **limites extrínsecos**, FÁBIO BRUNO apresenta-nos o **limite material**, isto é a relação de consumo. O autor quer com isto explicar que a própria relação de consumo é um limite ao exercício do *direito de arrependimento* pois não existindo esta, não podemos então facultar ao consumidor a possibilidade de exercer tal direito.<sup>276</sup>

Para balizar assim a relação de consumo temos então de fazer uma referencia a dois importantes conceitos: o **consumidor** e o **fornecedor**. FÁBIO BRUNO define o **consumidor** como uma “*pessoa física ou jurídica que, como destinatário final, contrata a prestação de um serviço ou adquire determinado produto*”<sup>277</sup> ; já o **fornecedor** é apresentado como “*toda a pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, que desenvolve a atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestações de produtos*”<sup>278</sup>.

### 7.3. As exceções dos produtos adquiridos eletronicamente

Existem diversos autores que consideram que o consumidor não poderá fazer uso do *direito de arrependimento* em todos os contratos celebrados pela internet.

RICARDO LORENZETTI defende que quando se trata de *comércio eletrônico* relativamente a *conteúdos de suporte digital*, sobre este não deve existir a possibilidade de o consumidor exercer o *direito de arrependimento* pois desta forma o fornecedor poderia ser lesado e não é esse o intuito deste instituto<sup>279</sup>. Seguindo a linha de pensamento deste autor

---

<sup>275</sup> BRUNO, Fábio Barros, *ob. cit.*, pág. 8181.

<sup>276</sup> Idem, pág. 8185.

<sup>277</sup> Idem, pág. 8184.

<sup>278</sup> Idem, pág. 8184; PEREIRA, Joana Duarte, *ob.cit.*, pág.36.

<sup>279</sup> LORENZETTI, Ricardo L., *ob. cit.*

haveria a possibilidade de neste tipo de contratos o consumidor copiar todo o conteúdo útil e posteriormente desistir do contrato<sup>280</sup>.

FÁBIO ULHOA COELHO, uma vez que defende que no caso de *comércio eletrônico* o consumidor não se encontra a contratar fora do estabelecimento comercial, mas sim no estabelecimento virtual do fornecedor, considera que neste tipo de comércio só deveria existir possibilidade de exercício do *direito de arrependimento* quando fossem utilizadas técnicas de *marketing* agressivo, pois só dessa forma a decisão de comprar por parte do consumidor teria sido afetada<sup>281</sup>.

BEATRIZ LARA cita MARIA EUGÊNIA FINKELSTEIN, que defende que ao nível da contratação eletrónica um dos maiores problemas prende-se com a aquisição de *software*, pois nestes casos fica difícil o consumidor arrepender-se, uma vez que geralmente a instalação no computador do consumidor é imediata<sup>282</sup>. Nestas situações ainda são poucas as soluções apresentadas, contudo a autora defende que uma forma de evitar a lesão dos interesses do fornecedor poderá ser a criação de um prazo para que o acesso expire sendo que findo esse período o consumidor não poderá mais aceder ao produto<sup>283</sup>.

No nosso entendimento a criação de uma espécie de período de teste, para este tipo de produtos, seria a melhor solução pois desta forma o consumidor poderia não só verificar se o produto correspondia ao que era por si expectável e teria também um período de tempo para refletir sobre a sua compra.

#### **7.4. História Evolução do Direito de Arrependimento**

A origem deste instituto situa-se nos anos 70<sup>284</sup>, sendo que na Europa os primeiros passos que foram dados com o intuito de proteção do consumidor verificaram-se com a

---

<sup>280</sup> Idem.

<sup>281</sup> COELHO, Fábio Ulhoa Coelho, *ob. cit.*

<sup>282</sup> LARA, Beatriz Furtado, *ob. cit.*, pág.30.

<sup>283</sup> Idem.

<sup>284</sup> CARVALHO, Jorge Morais de Os *Contratos de Consumo: Reflexão sobre a autonomia privada no Direito do Consumo*, Coimbra, Almedina, 2012, pág. 389.

Diretiva do Parlamento Europeu 85/577/CEE, de 20 de novembro de 1985<sup>285</sup>; dando-se mais tarde um novo e importante passo: a Diretiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 20 de maio de 1997<sup>286</sup>.

No artigo 5º n.º.1 desta mesma Diretiva foi estabelecido pela primeira vez o *Direito de Arrependimento*, e foi feito nos seguintes termos “*O consumidor tem o direito de renunciar aos efeitos do compromisso que assumiu desde que envie uma notificação, no prazo de pelo menos sete dias a contar da data em que recebeu a informação referida no artigo 4.º, em conformidade com as modalidades e condições prescritas pela legislação nacional. Relativamente ao cumprimento do prazo, é suficiente que a notificação seja enviada antes do seu termo*”<sup>287</sup>.

Em Portugal o instituto do *Direito de Arrependimento*, tal como JOANA DUARTE PEREIRA nos mostra, “*afirmou-se nos finais da década de 70 e nos inícios dos anos 80 do século passado.*”<sup>288</sup>

Segundo FERNANDO DE GRAVATO MORAIS, o direito do consumo em Portugal tem o seu momento de desenvolvimento a partir dos anos 80, sendo que no seu entender o ponto de partida da preocupação com esta temática deu-se com a publicação da primeira Lei de Defesa do Consumidor<sup>289</sup>, não obstante terem sido publicados outros importantes diplomas.<sup>290</sup> Este mesmo autor faz-nos um levantamento das novidades consideravelmente mais importantes relativamente ao direito de consumo em Portugal na década de 90. Fazendo a sua organização cronológica a par da Lei n.º.29/81, de 22 de agosto. O legislador foi então mostrando cada vez mais a sua preocupação com as relações de consumo, sinais disso mesmo são a publicação de inúmeros Decretos-lei como os que regulam as *cláusulas contratuais gerais*<sup>291</sup>, *a responsabilidade do produtor*<sup>292</sup>, o *crédito ao*

---

<sup>285</sup> Esta Diretiva era relativa à proteção dos consumidores em contratos negociados fora do estabelecimento comercial.

<sup>286</sup> Esta relativa à Protecção dos consumidores em matéria de contratos à distância.

<sup>287</sup> Art.5º n.º.1 Directiva 97/7/CE

<sup>288</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, Pág. 18.

<sup>289</sup> Lei n.º. 29/81 de 22 de agosto.

<sup>290</sup> MORAIS, Fernando de Gravato, *A evolução do Direito do Consumo*, Revista Portuguesa de Direito do Consumo, 2008, pág. 10.

<sup>291</sup> Decreto-Lei n.º.446/85, de 25 de outubro.

<sup>292</sup> DL n.º.383/89, de 6 de novembro.

consumo<sup>293</sup>, o direito real de habitação periódica ou turística<sup>294</sup>; já em 96 é publicada a segunda lei de defesa do consumidor<sup>295</sup>, e uma vez mais o legislador não ficou por aqui continuando a legislar no sentido de proteger as relações de consumo; em 97 publica um Decreto Lei que regula as viagens turísticas<sup>296</sup>.

Já no século XXI a obra legislativa não foi travada, sendo que é então de destacar a regulamentação da contratação à distância e ao domicílio<sup>297</sup>, a venda de bens de consumo<sup>298</sup>, a comercialização de serviços financeiros prestados a consumidores<sup>299</sup> e as práticas comerciais desleais.<sup>300 301</sup>

O mais recente diploma foi publicado em 2014 e regula os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial<sup>302</sup>, sendo que este transpôs para o ordenamento jurídico português a Diretiva n.º. 2011/83/EU; nas palavras de JOANA DUARTE PEREIRA, que colheu os ensinamentos de JORGE MORAIS CARVALHO e JOÃO PEDRO PINTO-FERREIRA<sup>303</sup>, “*visa contribuir para a defesa dos consumidores, para o bom funcionamento do mercado interno, aproximando as legislações dos Estados-Membros, mais concretamente, no que concerne à matéria da informação pré-contratual, aos requisitos formais e ao direito de livre resolução/arrependimento nos contratos celebrados á distância e nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, consagrando o princípio da harmonização total*”<sup>304</sup>. Este Decreto Lei, veio instituir regras aplicáveis aos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial, revogando o DL n.º 143/2001, e prevendo já aqui um prazo não de 7, mas de 14 dias para o consumidor poder exercer o seu *direito de arrependimento*.

---

<sup>293</sup> DL n.º.359/91, de 21 de setembro.

<sup>294</sup> DL n.º.275/93, de 5 de agosto.

<sup>295</sup> Lei n.º. 24/96, de 31 de agosto.

<sup>296</sup> DL n.º.209/97, de 13 de agosto.

<sup>297</sup> DL n.º.143/2001, de 26 de abril.

<sup>298</sup> DL n.º.67/2003, de 8 de abril.

<sup>299</sup> DL n.º95/2006, de 29 de maio.

<sup>300</sup> DL n.º.57/2008, de 26 de março.

<sup>301</sup> MORAIS, Fernando de Gravato, *ob. cit.*

<sup>302</sup> DL n.º.24/2014, de 14 de fevereiro.

<sup>303</sup> CARVALHO, Jorge Morais e PINTO-FERREIRA, João Pedro, *Contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial*, Coimbra, Almedina, 2014, pág. 10

<sup>304</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, Pág. 20.



Não obstante o DL n.º. 272/87, de 3 de abril<sup>305</sup> foi tal como JOANA DUARTE PEREIRA referiu um passo de extrema importância para a defesa dos direitos do consumidor, impondo um conjunto de deveres de informação pré-contratual que o fornecedor teria de cumprir perante o consumidor, regulando determinados requisitos quanto à celebração dos próprios contratos, e pela primeira vez viu-se o vislumbre do instituto do *direito de arrependimento*<sup>306</sup>; este diploma reconhecia ao consumidor a possibilidade de resolução do contrato, se exercida no prazo de 7 dias uteis a contar da celebração do mesmo<sup>307</sup>.

Decorria já o ano de 2001, e foi publicado o DL n.º.143/2001, de 26 de abril<sup>308</sup>, que transpôs para a ordem jurídica português a Diretiva n.º.97/7/CE, harmonizando e melhorando soluções no que a defesa dos consumidores concerne<sup>309</sup>.

Todos estes diplomas foram criados com o intuito de proteger os direitos do consumidor no âmbito das relações de consumo.

---

<sup>305</sup> Que transpôs para o ordenamento jurídico português a Diretiva n.º.85/577/CEE, de 20 de dezembro de 1985.

<sup>306</sup> PEREIRA, Joana Duarte, *ob. cit.*, Pág. 19.

<sup>307</sup> CARVALHO, Jorge Morais; PINTO-FERREIRA, João Pedro, *Contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial*, Coimbra, Almedina, 2014, pág. 9.

<sup>308</sup> Alterado pelos DL n.º57/2008, de 26 de março, DL n.º82/2008 de 20 de maio e DL n.º. 317/2009 de 30 de outubro.

<sup>309</sup> CARVALHO, Jorge Morais; PINTO-FERREIRA, João Pedro, *ob. cit.*, pag.10.

## 8. A Europa e o Mercado Digital

### 8.1. Os conteúdos digitais

O *comércio eletrónico* assim como a *economia digital*, nas palavras de ALEXANDRE DIAS PEREIRA estão a ganhar cada vez mais terreno na sociedade atual; estamos a assistir a uma transferência das atividades básicas para o mundo online, assim como o próprio desenvolvimento de empresas que operam por vias eletrónicas<sup>310</sup>. Segundo a Comissão Europeia o *mercado único digital* encontra-se muito longe de atingir o seu potencial. O *comércio eletrónico de conteúdos digitais* tem vindo a assumir um papel de especial importância na economia, sendo uma evolução do *comércio eletrónico* tido por tradicional<sup>311</sup>. Importa referir em que se consubstanciam *conteúdos digitais*, ora estes abrangem uma grande variedade de bens, desde softwares, bases de dados, e-books, músicas, filmes, jogos...

Hoje devido ao desenvolvimento empresarial do setor e a inevitável evolução tecnológica é possível a descarga quase instantânea dos *conteúdos digitais*<sup>312</sup>. No nosso entender esta evolução trouxe inúmeras questões relativas a proteção do consumidor.<sup>313</sup>

Com esta inegável evolução, tal como ALEXANDRE DIAS PEREIRA refere, tornou-se necessário criar uma proteção diferenciada para os consumidores nestas situações, sendo que a Diretiva n. º2011/83<sup>314</sup> veio responder a esta necessidade<sup>315</sup>. A Diretiva 2011/83 vem mostrar a importância da proteção do consumidor na *economia digital*. No art.º2º deste diploma é nos apresentada uma definição de *conteúdos digitais*, que concordando com ALEXANDRE DIAS PEREIRA, é demasiado ampla.<sup>316</sup>

---

<sup>310</sup>PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N. º9, 2015, ponto 1.

<sup>311</sup>PEREIRA Alexandre Dias, *Comércio Eletrónico na Sociedade de Informação: da segurança técnica à confiança jurídica*, Coimbra, 1999, pág.13

<sup>312</sup>PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N. º9, 2015, ponto 1.

<sup>313</sup> Conclusão retirada com base na análise do trabalho supracitado.

<sup>314</sup> Esta diretiva foi transposta para o nosso ordenamento jurídico pelo DL n. º24/2014, de 14 de fevereiro.

<sup>315</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N. º9, 2015, ponto 2.

<sup>316</sup> Idem, ponto 3.

A anterior Diretiva (Diretiva nº.97/7<sup>317</sup>) não previa especificamente soluções para a comercialização de *conteúdos digitais*, sendo então feita a aplicação analógica do direito de resolução previsto para outros contratos verificando-se certos requisitos. O autor levanta algumas questões muito pertinentes: nos casos de *comércio eletrónico* direto o consumidor possui um menor nível de proteção? Como opera aqui o *direito de arrependimento*? Verificamos que jurisprudência interna sobre a temática não existe<sup>318</sup>, pelo que importa aqui atentarmos ao regime jurídico aplicado ao fornecimento dos *conteúdos digitais*. Sinteticamente este assenta na distinção entre o fornecimento de *conteúdos digitais* em suporte material, sendo que desta forma considera-se estarmos perante um contrato de compra-venda; e sem suporte material<sup>319</sup>, existindo aqui uma dificuldade de qualificação do contrato<sup>320</sup>, continuando apenas abrangidos pela noção de contratos à distância constante da Diretiva<sup>321</sup>.

Esta diferenciação importa para o exercício do direito de resolução, na situação primeiramente enunciada a contagem do prazo<sup>322</sup> para o exercício deste começa com a entrega do suporte material do conteúdo, no segundo caso o prazo inicia-se com a entrega eletrónica e em algumas situações nem sequer existe a possibilidade de resolução.<sup>323</sup>

A Diretiva permite que em determinadas situações se exclua a possibilidade do consumidor exercer o referido direito de retração, são estas “*o fornecimento em suporte material de gravações áudio ou vídeo seladas ou de programas informáticos selados a que tenha sido retirado o selo apos a entrega*”<sup>324</sup> assim como o “*fornecimento de conteúdos digitais sem suporte material, se a execução tiver inicio com o consentimento prévio e*

---

<sup>317</sup> Esta diretiva foi transposta para o nosso ordenamento jurídico pelo DL n. °143/2001, de 26 de abril.

<sup>318</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N. °9, 2015, ponto 2.

<sup>319</sup> ALEXANDRE DIAS PEREIRA considera que estes contratos especificamente “*dão corpo à chamada economia digital pura, ou comercio eletrónico direto, em que o contrato se negocia, celebra e cumpre integralmente pela via eletrónica (...)*”, in, PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N. °9, 2015

<sup>320</sup> Idem.

<sup>321</sup> Idem, ponto 3.

<sup>322</sup> O prazo para o exercício deste direito é de 14 dias.

<sup>323</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N. °9, 2015, ponto 2.

<sup>324</sup> Idem, ponto 3.

*expresso do consumidor e o seu reconhecimento que deste modo perde o direito de retratação*”<sup>325</sup>.<sup>326</sup>

Desta forma percebemos que o regime atualmente existente não protege o consumidor em todas as situações, pelo que cremos que existe uma clara necessidade de evolução. Não podíamos estar mais de acordo com ALEXANDRE DIAS PEREIRA, quando este refere que as medidas adotadas não só são excessivas como comprometem a proteção do consumidor, pois o este nem sempre é informado convenientemente das funcionalidades do produto, ou seja esta posição apenas faria mais sentido caso se garantisse o cumprimento do dever de informação<sup>327</sup>; todavia até assim parece excessivo e de alguma forma observa-se uma certa incoerência por parte do legislador pois a génese do direito de arrependimento<sup>328</sup> funda-se na possibilidade dada ao consumidor de este repensar a sua compra por não ter tido um contacto direto com o produto aquando da sua formação da vontade.

Desta forma apenas nos resta concluir que, uma vez mais embebidos na sabedoria das palavras de ALEXANDRE DIAS PEREIRA, a proteção do consumidor relativamente ao fornecimento destes conteúdos é tudo menos perfeita<sup>329</sup> pelo que urge alargar horizonte e tentar encontrar soluções para que o *direito de arrependimento* tenha um maior alcance especificamente nestes contratos.

## **8.2. Proposta de Diretiva relativa ao fornecimento de conteúdos digitais**<sup>330</sup>

A 6 de maio de 2015 a Comissão aprovava a estratégia do *mercado único digital*, anunciando-se dessa forma uma iniciativa legislativa relativa ao fornecimento de *conteúdos*

---

<sup>325</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N. 09, 2015, ponto 3.

<sup>326</sup> De forma igual o DL n. 24/2014 prevê estas duas situações.

<sup>327</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N. 09, 2015.

<sup>328</sup> Que aqui aparece como direito de resolução.

<sup>329</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N. 09, 2015.

<sup>330</sup> Proposta de Diretiva do Parlamento Europeu sobre certos aspetos relativos aos contratos de fornecimento de conteúdos digitais, Bruxelas, 9 de dezembro de 2015, *in* Eur-Lex.

*digitais* e a venda em linha de bens.<sup>331</sup> Surgem assim duas propostas de regulamentação de áreas até aqui pouco desenvolvidas, compostas por “*um conjunto de regras orientadas, específicas e plenamente harmonizadas*”<sup>332</sup>

A Comissão tentou, nas palavras de ALEXANDRE DIAS PEREIRA reforçar a segurança do consumidor projetando novos direitos no *mercado único digital*<sup>333</sup>.

De acordo com o explanado no texto da proposta, o objetivo geral será contribuir para um crescimento mais célere do *mercado único digital*, daí resultando uma série de benefícios para consumidores e fornecedores.<sup>334</sup>

Estas propostas destinam-se a servir de complemento à legislação já existente, sendo que quando se proceder à sua aprovação estaremos a dar um grande passo rumo a uma maior harmonização dos direitos do consumidor no *comércio eletrónico*, e na contratação à distância em geral<sup>335</sup>.

Todavia a proposta que aqui nos importa analisar é a relativa aos contratos de fornecimento de *conteúdos digitais*. Nas palavras de ALEXANDRE DIAS PEREIRA, a proposta de diretiva sobre o fornecimento de *conteúdos digitais* visa colmatar as lacunas relativas à proteção do consumidor nesta temática em particular<sup>336</sup>. O DL n.º 24/2014 apesar de ter harmonizado o regime da parte negocial e do direito de resolução, não regulou concretamente os direitos dos consumidores.<sup>337</sup> No ponto de vista do legislador esta iniciativa legislativa irá trazer uma maior confiança aos consumidores, pois através da harmonização de regras o ambiente torna-se mais estável e o consumidor fica mais seguro a quando da contratualização<sup>338</sup>. Hoje, os *conteúdos digitais* são uma parte extremamente importante nos mercados mundiais. Consideramos *conteúdos digitais* as músicas, filmes,

---

<sup>331</sup> Idem.

<sup>332</sup> Proposta de Diretiva do Parlamento Europeu sobre certos aspetos relativos aos contratos de fornecimento de conteúdos digitais, Bruxelas, 9 de dezembro de 2015, *in* Eur-Lex.

<sup>333</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Novos direitos do consumidor no mercado único digital*, EDC - Estudos de Direito do Consumidor N.º 10, 2016, pág. 155-174

<sup>334</sup> Idem.

<sup>335</sup> Idem.

<sup>336</sup> Idem.

<sup>337</sup> Idem.

<sup>338</sup> Idem.

aplicações, serviços de armazenamento em nuvem ou mesmo a transmissão de algum tipo de eventos.<sup>339</sup>

O próprio texto da proposta refere que esta tem como função primordial preencher as lacunas ainda existentes no que a temática respeita. Esta proposta visa complementar a informação já disposta na Diretiva 2000/31/CE<sup>340</sup> e na Diretiva 2011/83/UE; nas palavras do legislador é necessário agir com rapidez a fim de evitar a total desfragmentação jurídica, pois atualmente alguns Estados-membros já possuem legislação específica relativamente ao fornecimento de *conteúdos digitais* e a UE continua sem legislar diretamente sobre o assunto<sup>341</sup>.

Para a elaboração desta proposta foi desenvolvido um estudo amplamente pormenorizado, onde se tentou assegurar uma alargada participação das partes interessadas; foram realizadas inúmeras investigações, inquéritos, pesquisas aos consumidores e fornecedores dos Estados-membros, sendo que a maioria são a favor de que sejam criadas regras que abrangem o fornecimento de *conteúdos digitais*.<sup>342</sup>

Após todos estes estudos concluiu-se que a referida proposta teria um impacto extramente positivo relativamente à proteção do consumidor; um acervo claro e harmonioso de regras específicas no que ao fornecimento de *conteúdos digitais* respeita assegurará ao consumidor uma maior segurança aquando da efetivação dos respetivos contratos.<sup>343</sup> ALEXANDRE DIAS PEREIRA faz uma apreciação geral a esta proposta, e esta é encarada como um passo extramente positivo dado pela comissão para a criação de um ambiente jurídico mais favorável

Quanto ao conteúdo concreto da proposta cumpre-nos agora fazer uma breve análise. O documento é composto por 20 artigos, sendo que iremos cingir a nossa análise à parte do articulado que no nosso entender terá maior relevo.

---

<sup>339</sup> Idem.

<sup>340</sup> Diretiva do Comércio Eletrónico

<sup>341</sup> Proposta de Diretiva do Parlamento Europeu sobre certos aspetos relativos aos contratos de fornecimento de conteúdos digitais, Bruxelas, 9 de dezembro de 2015, in Eur-Lex, pág.3

<sup>342</sup> Idem, pág.8.

<sup>343</sup> Proposta de Diretiva do Parlamento Europeu sobre certos aspetos relativos aos contratos de fornecimento de conteúdos digitais, Bruxelas, 9 de dezembro de 2015, in Eur-Lex, pág.11.

O art.1.º define o âmbito de aplicação da proposta sendo que sinteticamente podemos considerar que esta Diretiva teria como objetivo harmonizar plenamente o conteúdo de regras relativas ao fornecimento de *conteúdos digitais*;<sup>344</sup>

Já no seu art. 2.º é nos elencado o conjunto de definições apresentadas na Diretiva sendo que o termo que mais importa aqui ressaltar é o conceito de *conteúdos digitais*<sup>345</sup>.

O art.3º reporta-se ao âmbito de aplicação material e pessoal da Diretiva, sendo que esta abrange o fornecimento de todos os *conteúdos digitais*, não se aplicando a serviços executados com significativa intervenção humana.<sup>346</sup>

É-nos depois apresentado o prazo e as modalidades de fornecimento de *conteúdos digitais* no seu art.5º, e seguidamente houve a preocupação de se estipular acerca da conformidade desses mesmos conteúdos.<sup>347</sup>

Nesta proposta é apresentada a possibilidade de rescisão do contrato em caso de desconformidade do produto<sup>348</sup>, sendo que depois é elencando o modo e as condições de fazer uso dessa faculdade; o direito de resolução aqui previsto permite ao consumidor desvincular-se do contrato num prazo igualmente de 14 dias<sup>349</sup>, tendo, contudo, que o produto não se mostrar em conformidade. A desnecessidade de fundamento característica do *direito de arrependimento* não se verifica aqui<sup>350</sup>. Estaremos então perante um verdadeiro *direito de arrependimento*?

---

<sup>344</sup> Idem, pág.12.

<sup>345</sup> Art.2.º/1- «Conteúdos digitais»

a) Dados produzidos e fornecidos em formato digital, por exemplo, ficheiros de vídeo e áudio, aplicações, jogos digitais e qualquer outro tipo de programas informáticos,

b) um serviço que permite a criação, o tratamento ou o armazenamento de dados em formato digital, sempre que tais dados sejam fornecidos pelo consumidor, e.

c)um serviço que permite a partilha e qualquer outra interação com os dados em formato digital fornecidos por outros utilizadores do serviço;

<sup>346</sup>Proposta de Diretiva do Parlamento Europeu sobre certos aspetos relativos aos contratos de fornecimento de conteúdos digitais, Bruxelas, 9 de dezembro de 2015, in Eur-Lex.

<sup>347</sup> Art.6º da referida proposta.

<sup>348</sup> Art.13º. da referida proposta

<sup>349</sup> Este prazo é igual no caso do direito de arrependimento nos contratos celebrados à distancia.

<sup>350</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *Novos direitos do consumidor no mercado único digital*, EDC - Estudos de Direito do Consumidor N.º 10,2016, pág. 155-174

## Conclusão

Em Portugal, aproximadamente 2,7 milhões de consumidores fazem compras pela Internet, sendo que foram gastos cerca de 3 mil milhões de Euros nestas compras só no ano de 2014.<sup>351</sup>

Ao longo deste trabalho percebemos que o desenvolvimento da internet e a consequente realidade em que o comércio eletrónico se tornou contribuiu não só para o crescimento económico, mas também para o desenvolvimento legislativo.

O legislador mostrou-se desde cedo preocupado em dar respostas não só aos consumidores como aos próprios fornecedores quando percebeu que a emergência do comércio eletrónico era incontestável.

Conseguimos ter a perceção que o regime geral tem aplicabilidade nesta nova forma de contratar, contudo não dando resposta a todas as questões foi necessário o legislador criar um regime especial para estes contratos.

Ainda existe um longo caminho a percorrer, pois ainda nos deparamos com algumas lacunas na regulamentação.

O direito do consumo acolheu este novo contrato, pois ele resultou da própria evolução da tecnológica da sociedade.

Quanto ao direito de arrependimento propriamente dito, consideramos existir ainda uma grande confusão terminológica na doutrina, todavia consideramos que este deveria ter apenas uma nomenclatura para assim se preservar a sua autenticidade, e ser também mais fácil a sua afirmação. Esta figura surgiu no âmbito dos contratos de consumo realizados à distância, tendo sido pensado para garantir uma maior discricionariedade na formação da vontade do consumidor. Com a evolução do paradigma da contratação virtual em prol da contratação tradicional o legislador tentou adaptar esta figura à nova forma de contratar. Quanto à sua definição ainda não estamos perante um conceito unânime, contudo temos vindo a caminhar nesse sentido. Percebemos que a aplicabilidade do direito de arrependimento comporta algumas dificuldades, e que apesar deste ser uma forma de dar maior proteção ao consumidor não deve ser utilizado de forma imprudente. Não podemos

---

<sup>351</sup> Dados da ACEPI- <http://www.acepi.pt>



dizer que exista uma completa compatibilidade entre o direito de arrependimento e a contratação eletrónica, pois esta figura não se aplica a todos os contratos celebrados eletronicamente.

O legislador desde cedo verificou que o consumidor se encontrava numa posição de debilidade e desta forma tentou criar formas de lhe garantir uma maior proteção.

O embrião do direito de arrependimento surgiu com a Diretiva 85/577/CEE, e desse momento em diante a caminhada não mais parou. Reequilíbrio das relações contratuais, tentativa de criar um mercado mais seguro, aposta no desenvolvimento económico, mas acima de tudo preocupação com a harmonia jurídica, foram estas as tónicas dadas pelo legislador.

É clara a influência exercida pelas inúmeras Diretivas nos países europeus, tendo-se de alguma forma assistido a uma harmonização/ uniformização quer dos prazos, quer das exceções ou mesmo da forma de exercício do direito de arrependimento. Desta forma concluímos que com a publicação destas Diretiva o direito de arrependimento nestes países passa a ser regulado de forma muito semelhante.

Já nos países da América Latina, o direito brasileiro mostra claramente ter sido o modelo a seguir. Este ordenamento jurídico é o que até hoje apresenta uma maior evolução ao nível do estudo do direito de arrependimento.

Não podemos esquecer que apesar da aparente uniformização esta ainda não é total pelo que nos diversos países europeus as divergências ainda se conseguem sentir quanto ao exercício propriamente dito do direito de arrependimento, sendo que apesar da evolução sentida até aos dias de hoje ainda existem muitos aspetos a melhorar.

Em Portugal podemos afirmar que o direito de arrependimento no comércio eletrónico já se encontra assegurado, contudo é necessária uma maior evolução deste.

Esta figura ainda não se aplica a todos os contratos celebrados eletronicamente, e no que aos conteúdos digitais respeita ainda existe um árduo trabalho a realizar.

Denota-se vontade em evoluir, contudo isso não chega! É necessário legislar especificamente para esta temática, pois quanto mais segurança o consumidor sentir maior será o ênfase que o comércio eletrónico terá na economia.

As portas estão abertas, torna-se necessário continuar a evoluir por forma a garantir uma cada vez maior proteção do consumidor.

*“Cabe ao consumidor desempenhar, uma função de sensor, reconhecendo novos problemas e reclamando soluções adequadas.”<sup>352</sup>*

---

<sup>352</sup> PEREIRA, Alexandre Dias, *A Proteção do Consumidor no quadro da Directiva sobre o comércio eletrónico, Estudos de Direito do Consumidor*, 2000, pág. 79

## **Bibliografia**

Almeida, C. F. (2005). *Direito de Consumo*, Coimbra, Almedina.

Almeida, C. F. (2013). *Contratos I- conceito, fontes, formação*, 5ª edição, Coimbra, Almedina.

Alves, F. M. (2007). *O Direito de Arrependimento do consumidor: exceções à regra e a necessidade de evolução legislativa no Brasil*, disponível em <http://jus.com.br/artigos/9605/o-direito-de-arrependimento-do-consumidor/2> .

Antunes, J. A. E. (2014). *Direito dos Contratos Comerciais*, Coimbra, Almedina.

Ascensão, J. O. (2004). *O Comércio Eletrónico em Portugal- o quadro legal e o negocio*, ANACOM, ICP - Autoridade Nacional de Comunicação.

Baptista, L. O. (1999). *Comércio Eletrónico: uma visão do Direito Brasileiro*, V.94, pp. 83-100.

Bezerra, C. S. (2007). *A Informação nas relações de consumo*, Lisboa, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa.

Bruno, F. B. (2009). *E-Commerce e o Direito de Arrependimento*, in Anuais XVIII Congresso Nacional do CONPEDI, São Paulo, pp.8169-8195.

Carvalho, J. M. (2012). *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a autonomia privada no Direito do Consumo*, Coimbra, Almedina.

Carvalho, J. M. e Pinto-Ferreira, J. P. (2014). *Contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial*, Coimbra, Almedina.

Coelho, F. U. (2011). *Curso de Direito Comercial- Direito da Empresa*, 23ª edição, São Paulo, Saraiva.

Cordeiro, A.M. (2004). *Da Natureza civil do direito de consumo*, Revista O Direito, Ano 136, IV, pp. 605-640.

Cordeiro, A. M. (2007). *Tratado de Direito Civil I: Parte Geral, Tomo I*, 3ª Edição, Coimbra, Almedina.

Dinis, M. (2012). *Do regime geral do comércio eletrónico no ordenamento jurídico português*, Revista Portuguesa de Direito do Consumo, Coimbra, pp.59-99.

Fonseca, A. R. (2015). *Contratação Eletrónica- Uma breve Reflexão*, Dissertação de Mestrado em Direito da Empresa e dos Negócios, Universidade Católica Portuguesa, Porto.

Frota, M. (2000). *Os contratos de consumo- realidades sociojurídicas que se perspetivam sob novos influxos*, Revista Portuguesa de Direito do Consumo, nº23, pp. 9-27

Garcia, M. e Martins, L. (2006). *Direito da Informática*, 2ª Edição Refundida e Actualizada, Coimbra, Almedina.

Glanz, S. (1998). *Internet e contrato eletrônico*, São Paulo, Revista dos Tribunais, nº757, pp.94-101.

Gomes, M. F. (2008). *Contratos de consumo por meios eletrônicos no ordenamento jurídico brasileiro*, Revista Portuguesa de Direito do Consumo, Coimbra, nº 55, pp. 127-148

Gomide, A. J. (2009). *Direito de arrependimento nos contratos*, Dissertação de Mestrado, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, Lisboa.

Lara, B. F. (2011). *O direito de arrependimento nos contratos eletrônicos de consumo*, Centro Universitário de Brasília, Brasília.

Leitão, A. M. (2011). *Liber Amicorum Mário Frota. A causa dos direitos dos consumidores*, Coimbra, Almedina.

Leitão, L. M. (2002). *A responsabilidade civil na internet, Direito da Sociedade de Informação*, vol. III, Coimbra, Coimbra Editora.

Leitão, L. M. (2003). *A protecção do consumidor contra as Práticas Comerciais Desleais e Agressivas- Estudos de Direito do Consumidor*, vol. V.

Lima, F. P. e Varela, J. M. A. (1982). *Código Civil Anotado, volume I*, 3ª Edição Revista e Actualizada, Coimbra, Coimbra Editora.

Lopes, N. (2007). *A proteção dos consumidores e o comércio eletrônico: da solicitação comercial à formação do contrato*, Relatório de Mestrado, Lisboa.

Lorenzetti, R. L. (2004). *Comércio Eletrônico*, São Paulo, Revista dos Tribunais.

Marques, C. L. (2004). *Confiança no Comércio eletrônico e a proteção do consumidor: um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico*, São Paulo, Revistas dos Tribunais.

Marques, C. L. (2004a). *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 4ª edição, São Paulo: RT.

Marques, M. C. (2002). *O Comércio Eletrônico algumas questões jurídicas in O Comércio Eletrônico Estudos Jurídico-Economicos*, Coimbra, Almedina.

Morais, F. G. (2008). *A evolução do Direito do Consumo*, Revista Portuguesa de Direito do Consumo, nº55, pp. 9-26.

Mulholland, C. (2006). *Internet e contratação: panorama das relações contratuais eletrônicas de consumo*, Saraiva.

Oliveira, E. D. (2002). *A proteção dos consumidores nos contratos celebrados pela internet*, Coimbra, Almedina.

Pereira, A. D. (1999). *Comércio Eletrônico na Sociedade de Informação: da segurança técnica à confiança jurídica*, Coimbra, Almedina.

Pereira, A. D. (1999a). *Programas de Computador, Sistemas Informáticos e Comunicações Eletrónicas: alguns aspectos jurídico contratuais*, in ROA, Ano 59, III, 1999, pp. 915-1000.

Pereira, A. D. (2000). *A Proteção do Consumidor no quadro da directiva sobre o comércio eletrónico*, Estudos de Direito do Consumidor, N.º 2 CDC/FDUC, pp.43-140.

Pereira, A. D. (2004). *Comércio Eletrónico e o Consumidor*, Estudos de Direito do Consumidor, N.º 6, CDC/FDUC, pp. 341-400.

Pereira, A. D. (2008). *A Via Eletrónica da Negociação (Alguns Aspectos)*, Estudos de Direito do Consumidor, N.º 8, CDC/FDUC, pp. 275-290.

Pereira, A. D. (2015). *Comércio eletrónico de conteúdos digitais: proteção do consumidor a duas velocidades?*, Estudos de Direito do Consumidor, N.º 9 CDC/FDUC, pp. 177-208.

Pereira, A. D. (2016). *Novos direitos do consumidor no mercado único digital*, Estudos de Direito do Consumidor N.º 10 CDC/FDUC, pp. 155-174.

Pereira, J. D. (2015). *O Direito de Arrependimento do consumidor nos contratos celebrados à distancia: um estudo de direito comparado*, Dissertação de Mestrado em Direito dos Contratos e da Empresa, Universidade do Minho.

Pinto, C. A. M. (2005). *Teoria Geral do Direito Civil*, 4ª edição por António Pinto Monteiro e Paulo Mota Pinto, Coimbra, Coimbra Editora.

Pires, R. C. (2011). *Tributação Internacional do Rendimento Empresarial gerado através do Comércio Eletrônico*, Coimbra, Almedina.

Pizarro, S. N. (2005). *Comércio Eletrônico- Contratos Eletrônicos e Informáticos*, Coimbra, Almedina.

PLMJ, *Nova Regras para os Contratos Celebrados à distância*, disponível em: [http://www.plmj.com/xms/files/newsletters/2014/Fevereiro/Novas\\_regras\\_para\\_os\\_contratos\\_celebrados\\_a\\_distancia.pdf](http://www.plmj.com/xms/files/newsletters/2014/Fevereiro/Novas_regras_para_os_contratos_celebrados_a_distancia.pdf).

Rado, J. (2008). *O contrato Eletrônico como documento jurídico*, in Anuais XVII Congresso Nacional do CONPEDI, São Paulo, pp. 3238-3257.

Santos, W. F. (2010). *O direito de arrependimento nas relações de consumo via contrato eletrônico*, Artigo, Faculdade Promove –BH.

Silva, G. C. B(2010). *O consumidor no direito de arrependimento no comércio eletrônico*, Monografia apresentada para o curso de bacharelato em Direito do Consumo, Brasília.

Silva, J. C. (2013). *Banca, Bolsa e Seguros*, 4ª Edição, Coimbra, Almedina.

Souza, L. C. (2012). *O comércio eletrônico: formação contratual e tipos de contratos*, Artigo adaptado de parte de um capítulo da dissertação do autor, denominada: Recusa de venda a consumidor sob jurisdição brasileira no comércio eletrônico internacional. Nova Lima: Faculdade de Direito Milton Campos, Brasil.



Varela, A. (2015). *Das Obrigações em Geral*, 4ª Edição, volume I, Reimpressão da 10.ª edição de 2000, Coimbra, Almedina.

Vilches, B. M. (2011). *Defesa do Consumidor: Vício do Produto e o direito de arrependimento*, Monografia, Faculdade de Direito de Presidente Prudente, São Paulo.