



## Universidades Lusíada

Tavares, Ridelgil de Carvalho, 1991-

### **O direito à formação, à informação e à proteção jurídica dos consumidores : um modelo de defesa para STP**

<http://hdl.handle.net/11067/2322>

#### **Metadados**

<b>Data de Publicação</b>	2016-05-06
<b>Resumo</b>	O direito é o acompanhante impreterível de toda e qualquer evolução que se regista na sociedade, quer seja política, económica, social ou mesmo cultural. Dada a sua incapacidade de antecipação, o direito tem, na maioria das vezes, uma intervenção reativa para regulamentar as mudanças comportamentais. É desse mesmo jeito, que surge o complexo normativo e de princípios denominado de direito do consumidor ou direito do consumo como corolário da industrialização e do consumerismo. Uma “disciplina” j...
<b>Palavras Chave</b>	Defesa do consumidor - Direito e legislação, Defesa do consumidor - Direito e legislação - Portugal, Defesa do consumidor - Direito e legislação - São Tomé e Príncipe
<b>Tipo</b>	masterThesis
<b>Revisão de Pares</b>	Não
<b>Coleções</b>	[ULL-FD] Dissertações

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-05-05T18:34:10Z com informação proveniente do Repositório



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Faculdade de Direito

Mestrado em Direito

**O direito à formação, à informação e à proteção jurídica dos  
consumidores: um modelo de defesa para STP**

**Realizado por:**

Ridelgil de Carvalho Tavares

**Orientado por:**

Prof. Doutor João Manuel Cardão do Espírito Santo Noronha

**Constituição do Júri:**

Presidente: Prof.<sup>a</sup> Doutora Maria Eduarda de Almeida Azevedo  
Orientador: Prof. Doutor João Manuel Cardão do Espírito Santo Noronha  
Arguente: Prof.<sup>a</sup> Doutora Amparo Sereno Rosado

Dissertação aprovada em: 2 de Maio de 2016

Lisboa

2016



U N I V E R S I D A D E L U S Í A D A D E L I S B O A

Faculdade de Direito

Mestrado em Direito

O direito à formação, à informação e à proteção  
jurídica dos consumidores:  
um modelo de defesa para STP

Ridelgil de Carvalho Tavares

Lisboa

Fevereiro 2016



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Faculdade de Direito

Mestrado em Direito

O direito à formação, à informação e à proteção  
jurídica dos consumidores:  
um modelo de defesa para STP

Ridelgil de Carvalho Tavares

Lisboa

Fevereiro 2016

Ridelgil de Carvalho Tavares

O direito à formação, à informação e à proteção  
jurídica dos consumidores:  
um modelo de defesa para STP

Dissertação apresentada à Faculdade de Direito da  
Universidade Lusíada de Lisboa para a obtenção do  
grau de Mestre em Direito.

Área científica: Ciências Jurídico-Empresariais

Orientador: Prof. Doutor João Manuel Cardão do  
Espírito Santo Noronha

Lisboa

Fevereiro 2016

## Ficha Técnica

**Autor** Ridelgil de Carvalho Tavares  
**Orientador** Prof. Doutor João Manuel Cardão do Espírito Santo Noronha  
**Título** O direito à formação, à informação e à proteção jurídica dos consumidores: um modelo de defesa para STP  
**Local** Lisboa  
**Ano** 2016

### Mediateca da Universidade Lusíada de Lisboa - Catalogação na Publicação

TAVARES, Ridelgil de Carvalho, 1991-

O direito à formação, à informação e à proteção jurídica dos consumidores : um modelo de defesa para STP / Ridelgil de Carvalho Tavares ; orientado por João Manuel Cardão do Espírito Santo Noronha. - Lisboa : [s.n.], 2016. - Dissertação de Mestrado em Direito, Faculdade de Direito da Universidade Lusíada de Lisboa.

I - NORONHA, João Manuel Cardão do Espírito Santo, 1966-

#### LCSH

1. Defesa do consumidor - Direito e legislação
2. Defesa do consumidor - Direito e legislação - Portugal
3. Defesa do consumidor - Direito e legislação - São Tomé e Príncipe
4. Universidade Lusíada de Lisboa. Faculdade de Direito - Teses
5. Teses - Portugal - Lisboa

1. Consumer protection - Law and legislation
2. Consumer protection - Law and legislation - Portugal
3. Consumer protection - Law and legislation - Sao Tome and Principe
4. Universidade Lusíada de Lisboa. Faculdade de Direito - Dissertations
5. Dissertations, Academic - Portugal - Lisbon

#### LCC

1. KKQ3276.T38 2016

Este exercício é meu, é também dos meus pais e avós, da minha amada, dos meus familiares em geral, dos meus amigos, dos meus colegas e de todos que contribuíram da sua forma para o resultado que ora se apresenta. Nada disso era conquistável sem vós.





## **AGRADECIMENTOS**

Os primeiros agradecimentos, obviamente, como não poderia deixar de ser, vão para o Nosso Senhor Jesus Cristo pela força que me deu para escrever.

Enaltecer o esforço descomunal dos meus pais, Tomás Semedo Tavares e Carla de Fátima Viegas de Carvalho de Oliveira, que me permitiu atingir mais esse marcante objetivo no meu percurso. Na mesma linha, sublinhar o apoio efetivo e permanente da minha querida namorada, Lília Menezes Afonso.

Agradecer também ao professor e meu orientador, Doutor João Manuel Cardão do Espírito Santo Noronha, por ter aceite o meu pedido de orientação nesse tema atual, relevante e motivador.

Agradecer, igualmente, às Universidades Lusíada de São Tomé e Príncipe e de Lisboa, pela oportunidade que me concederam de fazer o mestrado e, anotar o encorajamento, a par de todo o corpo diretivo da ULSTP, da Magnífica Reitora Maria Fernanda Pontífice.

Quero ainda apresentar os meus agradecimentos à todos os meus caros professores e colegas de Licenciatura e Mestrado, e sem pretender minorizar os seus contributos, destacar os contributos e força da professora Helena Lima Afonso e dos meus colegas Rui Jorge Reis, Edmilson Vieira Tavares e Isaura Gonçalves Pequeno.

O Autor,



*“Consumidores somos todos nós”.*

John F. Kennedy, Presidente dos EUA (1961-1963).



## APRESENTAÇÃO

### O direito à formação, à informação e à proteção jurídica dos consumidores: Um modelo de defesa para STP

Ridelgil de Carvalho Tavares

O direito é o acompanhante impreterível de toda e qualquer evolução que se regista na sociedade, quer seja política, económica, social ou mesmo cultural. Dada a sua incapacidade de antecipação, o direito tem, na maioria das vezes, uma intervenção reativa para regulamentar as mudanças comportamentais. É desse mesmo jeito, que surge o complexo normativo e de princípios denominado de direito do consumidor ou direito do consumo como corolário da industrialização e do consumerismo. Uma “disciplina” jurídica que surge num quadro próprio com o propósito de reequilibrar um classificado tipo de relação jurídica intersubjetiva, considerada desigual e potencialmente prejudicial para uma das partes.

Pretende-se, pois, com este exercício, desenvolver uma pesquisa do conhecimento jurídico sobre os direitos dos consumidores, *máxime* direito à formação e à educação, à informação e à proteção jurídica, que permita catapultar para o sistema jurídico são-tomense as ideias para numa simbiose legislativa/institucional se poder concatenar a realidade económico-financeira de STP com as evoluções registadas à nível de proteção jurídica dos consumidores no mundo industrializado.

**Palavras-chave:** Consumidor, direito do consumidor, direito do consumo, consumo, relação de consumo, contrato, informação, formação, proteção, igualdade, liberdade, publicidade e modelo.



## **PRESENTATION**

### **The right to education, to information and legal protection of consumers: A defensive model for STP**

Ridelgil de Carvalho Tavares

The law is the unavoidable companion of any changes occurring in society, whether political, economic, social or cultural. Given its anticipation of incapacity, the right has, for the most part, a reactive intervention to regulate behavioral changes. It is this same way, it appears the normative complex and principles called the right of the consumer or consumer law as a consequence of industrialization and consumerism. A "discipline" legal framework that arises in itself in order to rebalance a classified type of intersubjective legal relationship, considered unequal and potentially damaging to a party.

It is intended, therefore, with this exercise, develop a survey of legal knowledge on consumer rights, celing right to training and education, information and legal protection, which allows catapulting to the legal system of Sao Tome ideas for a legislative / institutional symbiosis can concatenate the economic and financial reality of STP with the developments recorded the level of legal protection of consumers in the industrialized world.

**Keywords:** Consumer, Consumer Law, consumer relationship, contract, information, training, protection, equality, freedom, advertising, model.





## LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS

A	: Autor (a)
AA.	: Autores (as)
Ac.	: Acórdão
ACA	: <i>Agency for Consumer Advocacy</i>
AGER	: Autoridade Geral de Regulação de STP
Al.	: Alínea
Art.	: Artigo
Arts.	: Artigos
BBR	: <i>Buyer's Bill of Rights</i>
BCSTP	: Banco Central de São Tomé e Príncipe
CCG	: Cláusulas Contratuais Gerais
CDC	: Centro de Direito do Consumo
Cód. Civ.	: Código Civil
Cfr.	: Conferir
CNC	: Conselho Nacional do Consumo
CRP	: Constituição da República Portuguesa
CSTP	: Constituição de São Tomé e Príncipe
Dec.	: Decreto
Dec. Reg.	: Decreto Regulamentar
DECO	: Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor
DGC	: Direção Geral do Consumidor
DL	: Decreto-Lei
DRCAE	: Direção de Regulação e Controlo das Atividades Económicas
DRSTP	: Diário da República de São Tomé e Príncipe
EUA	: Estados Unidos da América
FDUC	: Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra
FDUL	: Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa
IAE	: Inspeção das Atividades Económicas de STP
IC	: Instituto do Consumidor
INDC	: Instituto Nacional de Defesa do Consumidor
I.P.	: Instituto Público
LDC	: Lei de Defesa dos Consumidores
LCCG	: Lei das Cláusulas Contratuais Gerais

MP	: Ministério Público
NBCCA	: <i>National Business Council for Consumer Affairs</i>
NICJ	: <i>National Institute for Consumer Justice</i>
OCA	: <i>Office of Consumer Affairs</i>
PRACE	: Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado português
PREMAC	: Plano de Redução e Melhoria da Administração Central de Portugal
P.	: Página
PP.	: Páginas
PICC	: <i>Product Information Coordination Centre</i>
Rev.	: Revista
RPDC	: Revista Portuguesa de Direito do Consumo
Ss	: Seguintes
STJ-P	: Supremo Tribunal de Justiça de Portugal
STP	: São Tomé e Príncipe
ULL	: Universidade Lusíada de Lisboa
ULSTP	: Universidade Lusíada de São Tomé e Príncipe
UMAC	: Unidade de Mediação e Acompanhamento de conflitos de Consumo
UNL	: Universidade Nova de Lisboa
UE	: União Europeia
V.	: Ver
Vol.	: Volume
VV.	: Vários

## SUMÁRIO

Introdução.....	21
Parte I – Questões preliminares ao Direito do Consumidor.....	31
Capítulo I – Delimitação do tema .....	31
1. Porquê esse tema? .....	32
2. A globalização económica, a democracia e o direito .....	33
Capítulo II – Liberalismo: autonomia da vontade privada.....	37
Secção I - Liberdade contratual .....	37
Secção II – Liberalismo vs sociedade de consumo .....	40
Secção III – A posição do consumidor no contrato.....	43
Secção IV – Responsabilidade civil do produtor.....	45
1. Evolução das formas de produção.....	45
2. Publicidade .....	47
3. Cláusulas contratuais gerais.....	50
4. Responsabilidade pelos produtos defeituosos.....	52
Parte II – Do Direito do Consumidor .....	57
Capítulo III – Origem e enquadramento do direito do consumidor como um ramo autónomo do direito .....	57
Secção I – Breve resenha histórica sobre a génese do direito do consumidor <i>qua tale</i> 57	
1. A génese americana.....	57
2. Evolução na União Europeia .....	58
3. A evolução em Portugal.....	59
4. O caso de São Tomé e Príncipe .....	60
Secção II – Enquadramento e autonomização do direito do consumidor .....	61
1. Direito do consumidor vs direito do consumo.....	61
2. Enquadramento .....	63
3. Justificação da autonomização .....	66
Secção III – Os direitos, garantias e proteção jurídica: direitos fundamentais dos consumidores .....	70
1. Os direitos dos consumidores como fundamentais na CRP.....	70
2. O direito à formação e à educação .....	73
3. O direito à informação .....	74
4. O direito à proteção jurídica dos bens e interesses económicos.....	76
Secção IV – O consumidor para efeito da proteção jurídica relevante .....	78
1. Sobre o conceito de ‘consumidor’ .....	78

2.	Elementos de definição do consumidor .....	79
3.	Pessoas coletivas (também) ou (apenas) pessoas singulares? .....	84
4.	Relação jurídica de consumo.....	86
Capítulo IV – Os organismos de defesa dos consumidores em Portugal .....		93
Secção I – O problema da representatividade e da defesa dos direitos e interesses individuais homogêneos, difusos e coletivos dos consumidores pelas associações		93
1.	A representação coletiva dos consumidores.....	93
2.	Conflitos de consumo .....	94
3.	Defesa individual dos consumidores.....	95
Secção II – Instituições de defesa dos consumidores de Portugal regaladas na Lei de Defesa dos Consumidores .....		96
1.	Associações de consumidores .....	96
2.	Ministério Público .....	97
3.	Do Instituto do Consumidor à Direção Geral do Consumidor .....	97
4.	Conselho Nacional do Consumidor – CNC .....	100
Secção III – Outros organismos relevantes de defesa dos consumidores existentes em Portugal .....		100
1.	CIAC – Centros de Informação Autárquica ao Consumidor .....	100
Parte III – São Tomé e Príncipe: um caso particular .....		103
Capítulo V – A proteção dos consumidores em São Tomé e Príncipe .....		103
Secção I – A expressão dos direitos dos consumidores em STP .....		103
1.	A realidade da relação de consumo em STP .....	103
1.1.	A elaboração e publicitação dos preços e a especulação .....	105
2.	O consumidor são-tomense e os seus direitos .....	106
2.1.	AGER (Autoridade Geral de Regulação) .....	108
2.2.	Direção da Regulação e Controlo das Atividades Económicas (DRCAE)	109
3.	Que futuro para os direitos dos consumidores em STP? .....	112
Secção II – Da construção de um quadro jurídico-legal e institucional de proteção dos consumidores para São Tomé e Príncipe.....		113
1.	Proteção coletiva dos consumidores .....	113
1.1.	Da autotutela .....	114
1.2.	Do controlo administrativo .....	115
1.3.	Do modelo de controlo judicial .....	116
2.	O melhor modelo para São Tomé e Príncipe .....	116
2.1.	A urgência de um Instituto de Defesa do Consumidor .....	117
2.2.	Da importância do livro de reclamações .....	119
2.3.	A nível de legislação.....	120

3. A percepção de um quadro de defesa dos consumidores para STP.....	121
Conclusões.....	125
Bibliografia.....	131



## INTRODUÇÃO

Falar da defesa dos consumidores é, necessária e inevitavelmente, falar da defesa da saúde e segurança públicas (mais não seja, da segurança dos cidadãos). Daí a proteção do consumidor significar, em cúmulo, a defesa dos direitos dos cidadãos, sendo que a “...*tutela desses direitos não cabe nos limites da jurisdição cível...*”. Apesar da relação de consumo ser puramente intersubjetiva, ela exige uma intervenção da “...*administração pública e as próprias medidas cautelares adequadas são realmente essenciais...*”, à essa proteção.<sup>1</sup>

Ora, e a quem é que podemos chamar consumidor?

O próprio Presidente Kennedy, considerado pai da disciplina jurídica do direito do consumidor, já dizia que “...*consumidor somos todos nós*”. A partir do momento em que nos tornamos potenciais alvos daqueles que fornecem bens e produtos ou prestam serviços, óbvia se torna a necessidade de sermos aguaritados numa possível investida mercantilmente agressiva para os nossos direitos ou interesses por parte daqueles atores. Pontua-se assim, que a defesa do consumidor deve ter um caráter essencialmente preventivo e não somente reativo.

Também numa definição mais simplista e muito realista, Carla Amado Gomes<sup>2</sup> arroga que “...*o consumidor é cada um de nós enquanto inserido na função do consumo, cuja fragilidade recomenda a proteção do direito...*”. Similarmente, arroga uma proteção preventiva, repressiva e ressarcitória.

O registo do direito do consumidor efetuado há décadas,<sup>3</sup> revelou, em algumas sociedades como os EUA, a UE e o Brasil, a apresentação de desenvolvimentos assinaláveis, ao passo que em outras sociedades, como aconteceu por exemplo em alguns países da América Latina, África, Ásia e Austrália,<sup>4</sup> não se tendo chegado tão longe, também se observaram notórios progressos.

Infelizmente, este registo do direito do consumidor não chegou ao mundo inteiro, existindo casos de pura ignorância e total displicência por parte dos atores políticos

---

<sup>1</sup> Cfr. Antunes Varela – *Direito do Consumo*. N.º 1. Almedina (1999) p. 403.

<sup>2</sup> V. *Os Novos Trabalhos do Estado: A Administração Pública e a Defesa do Consumidor*. Almedina (2002) pp. 35 e 36.

<sup>3</sup> Com a *consumer bill of rights message* do então Presidente Americano John Kennedy dirigida ao Congresso em 15 de Março de 1962.

<sup>4</sup> Para mais desenvolvimentos, cfr. Jorge Pegado Liz – *Tendências Internacionais e Nacionais da Política de Proteção dos Consumidores – a posição de Portugal*. 2011 pp. 19 e ss.

que são incrivelmente coadjuvados e consentidos pela própria sociedade civil em geral. Neste último caso, enquadra-se como uma luva, a realidade de São Tomé e Príncipe.

O revolucionar da indústria embatida na massificação da produção, desencadeando a sociedade de consumo, movida pelas evoluídas técnicas de publicidade, propaganda e *marketing* de bens, produtos e serviços proliferados, complexos e sofisticados, reconhecendo e pondo a nu os desequilíbrios, representados graficamente em cascata, entre as partes da relação jurídica intersubjetiva de consumo, das quais uma se apresenta fortemente atulhada de informações e poderosa economicamente e outra vulnerável e dopada de ilusões – necessidades inventadas e poder económico efetivamente inexistente –, eis que imperativamente coube ao Estado tomar «as dores» e assegurar a devida e merecida proteção jurídica da parte mais débil. Uma função complexa (formativa, informativa, educativa e protetiva)<sup>5</sup> contra a fraude, a desonestidade (má fé) e os abusos de poder, e também segurando os consumidores (hipnotizados) das suas próprias fraquezas.

A (verídica) relação de consumo orienta-se pela convicta precisão de satisfação das necessidades privadas dos consumidores, que motivam a contratação, ou melhor dizendo, a celebração do negócio jurídico de consumo entre o consumidor e o fornecedor<sup>6</sup>. Essa noção peculiar independentiza esse negócio jurídico dos demais negócios jurídicos do direito civil fundados numa efetiva autonomia da vontade privada (liberdade e igualdade contratuais).

Dogmaticamente, segundo os ideais liberais e igualitários, os contratos são intrinsecamente justos porque são queridos pelos seus outorgantes. Porém, esse entendimento esbate-se no atual cenário que registamos num mundo económico onde o equilíbrio de poderes se esbate com o dirigismo privado de uma das partes (a parte mais forte) pela imposição à parte mais fraca das condições (muitas vezes injustas) da celebração do contrato, por culpa da «robustosidade» de informações, da tecnicidade

---

<sup>5</sup> Justificada pelo acentuar cada vez maior das “...*situações de desequilíbrio...*”, pelo multiplicar das “...*situações de risco...*” e pela diminuição das “...*defesas da vítima*”. Cfr. António Pinto Monteiro – *Do Direito do Consumo ao Código do Consumidor*. N.º 1. Almedina (1999) pp. 207 e 208.

<sup>6</sup> Uma função económico-social, como classifica-a Luís Menezes Leitão, só podendo ser assim, pela imposição legal, negócio jurídico se o seu objeto satisfizer uma necessidade não profissional.



e do poder económico daquele contraente contra a profanidade, ingenuidade e ignorância deste contraente não profissional.<sup>7</sup>

Apesar dessa constatação, pensando no endurecimento da liberdade e da responsabilidade, alguns autores são adeptos duma conciliação entre o princípio da liberdade contratual e o princípio da responsabilidade individual em nome da justiça contratual, desfavorecendo uma excessiva limitação da autonomia privada.

É sabido que a autonomia da vontade privada é preenchida pelos princípios da liberdade de celebração e da liberdade de estipulação. Todavia, a ultrapassagem feita a esta última liberdade – de estipulação – com o surgimento das cláusulas contratuais gerais – pré-elaboradas e formatadas ao «sabor» da vontade exclusiva de uma das partes – e feito o contorno da liberdade de celebração pelo aprimoramento das técnicas de publicidade, propaganda e *marketing* provoca um esvaziamento total da autonomia privada, pelo menos para uma das partes, conseqüentemente a parte mais debilitada.<sup>8</sup> Desta feita, com a autonomia privada, nesta altura, amputada de todos os seus principais valores (pelo afrouxar da rigidez do sacrossanto princípio da liberdade contratual) e com os avanços notados no novo mundo industrializado, em que a produção em série e vendas em cadeia, sobretudo para longe, com a diversificação de serviços a serem prestados, envolvendo uma multiplicidade de agentes negociais, e com todo o processo negocial tornado mais célere e facilitado pelo dinamismo introduzido pelas cláusulas contratuais gerais, o enfraquecimento do enfraquecido contraente «consumidor» é mais nítido.

Por tudo isso, a verdade é que, no atual mundo – da sociedade de consumo evolucionada, massificada, globalizada (e desequilibrada) – em que vivemos, é lacunoso não se abordar as questões relacionadas com os direitos dos consumidores. Essa exigência visa dissuadir as práticas comerciais perigosas para a saúde, segurança, direitos e interesses dos cidadãos. Eis as razões, mais do que suficientes, no nosso entender, para motivarem a nossa decisão de militância em enveredar pelo debate deste assunto. Porém, livres de esquizofrenias de consciência, as críticas que poderão advir da abordagem desta importantíssima questão em São Tomé e Príncipe

---

<sup>7</sup> Podemos avançar que esta é a razão, consensualmente aceite, pela qual justifica-se a adoção de normas jurídicas reequilibradoras da relação de consumo.

<sup>8</sup> Se repararmos bem, a liberdade de escolha do tipo (encarada por alguns autores como um terceiro princípio formador da autonomia privada) já fora “engolida” na permissão da elaboração de esquemas negociais pré-estabelecidos (cláusulas contratuais gerais). Resta-nos, assim, assinalar o dilaceramento completo que é feito à autonomia da vontade privada.

serão julgadas, com certeza, como aplausos e merecedores de serem, desde já, antecipadamente retribuídos.

A pequenez da nossa sociedade e, por decorrência, da nossa economia, marcadamente informal, não pode servir como fundamento das absolvições dos pecados das «não políticas» de proteção e garantia dos direitos e interesses dos consumidores. Em rigor, esta estratégia beneficia interesses económicos dos operadores e serve como pano de fundo para encobrir as ruínas a que são sujeitos os cidadãos, consumidores.

Balanceando uma coisa e outra, talvez essa pequenez chegue a ser um ponto a mais a favor do sucesso de uma política de defesa dos mais fracos, desprotegidos e vulneráveis – os consumidores.

Certo mesmo, é que esta questão dos direitos dos consumidores e a sua proteção sempre foi bastante controversa em toda a parte.

Mesmo à nascença, se assim se pode dizer, ou ao longo da sua vida, o direito do consumidor foi convivendo com algumas negações e interrogações muito pertinentes, que produziram, neste palco, variadíssimas discussões. Independentemente da ordem, primeiro é determinante a conciliação do modo de designação, até hoje nada consensual – direito do consumo como alguns pretendem fazer valer ou direito do consumidor na lógica de outros. São ainda levantadas questões sobre a sua maturidade independentista devido a sua *pluridisciplinaridade*, a qualidade e identidade dos seus sujeitos (destinatários) – os consumidores, a especificidade da relação jurídica de consumo, a precariedade dos seus objetivos, a natureza das suas normas, dentre outros exíguos, mas não menos importantes assuntos.

Quase que preliminarmente, encara-se como mister a eleição de uma terminologia, nomeação ou denominação, para este novo território do direito. Como direito do consumo para aqueles que encerram as suas regras numa perspetiva objetivista de atos do consumo e como direito do consumidor para os que adotam o entendimento de uma perspetiva dinâmica e subjetivista do consumidor para as regras de proteção jurídica dos consumidores.

Por culpa da sua multidisciplinaridade são vários os ramos de direito que reclamam a sua regulação ou a inclusão do seu conteúdo, áreas como dos direitos: administrativo,

penal, processuais, comercial e em especial do direito civil. Para muitos, a resposta é categoricamente negativa à todas estas disciplinas do direito devido à natureza desequilibrada da relação de consumo e pela qualidade do seu sujeito, mas fundamental e particularmente, pelo fim prosseguido pelas normas do direito do consumidor. Nesta linha de pensamentos, apesar de serem compreensíveis os argumentos da originalidade e unidade alçados à sua inclusão no direito civil, se levanta outra questão, que se prende com a sobreposição da tradição jurídica “...no confronto com a necessidade de tutelar situações que eram completamente inimagináveis, quando se deu a elaboração dogmática que esteve na génese dos grandes quadros subjacentes às codificações clássicas do direito civil”.<sup>9</sup>

Os defensores dessa integração subjazem no fundamento da aplicabilidade dos institutos jurídicos cíveis tradicionais de proteção das partes contratuais, típicos do Código Civil, às relações interprivadas de consumo, salvo as devidas adaptações especiais aos casos concretos. Os independentistas, revemos e sintetizámo-los na interpretação de Antunes Varela<sup>10</sup>, entendendo que o “*caráter privatista das relações*” de consumo – protagonizadas pelos consumidores e fornecedores – e a natureza inclinada das normas protetivas dos consumidores, escapam à “...*construção dialético-normativa da figura do contrato...*” do direito civil, “...*essencialmente baseado na igualdade fundamental dos homens perante a lei*”.

Doutra faceta, para além da discussão sobre a especificidade e a autonomia científica do interesse, que pode ou não justificar uma tutela própria de princípios, que orientem o seu conjunto de normas de natureza protetiva, a questão da autonomização das normas de proteção dos consumidores, entendidas como constitutivas de um ramo independente de direito, deve também ser levada ao debate a outros níveis. *Legislativo ou formal*, como o conjunto de normas dominadas por princípios que os são próprios e genuínos regulados em separado ou indexados à outro ramo de direito, eventualmente do direito civil, que lhe é mais próximo. Ou seja, ou enquanto conteúdo de legislação específica, devendo serem enquadradas numa realidade jurídica concreta e sectorizada ou enquanto matérias integradas no corpo do Código Civil. E ainda, ao nível da *autonomia didática*, sendo as suas normas estudadas e tratadas, apenas e só, como objeto de uma área especial de ensino do direito ou como parte integrante no ensino do direito civil.

---

<sup>9</sup> Cfr. Pinto Monteiro – *Do Direito do Consumo ao Código do Consumidor*. 1999, p. 209.

<sup>10</sup> Antunes Varela – *Direito do Consumo*. 1999, pp. 395 – 396.

Outra preocupação se põe com relação ao problema da identidade e qualidade do sujeito consumidor. O conceito de consumidor é também outra questão que provoca divisões interpretativas entre os autores. A exigência do requisito relacional, aparentemente, afasta os potenciais consumidores da possibilidade de reclamarem segundo os mecanismos postos à disposição dos consumidores a partir do momento que não estejam efetivamente mergulhados numa relação intersubjetiva de consumo. A dúvida surge consoante o intento seja de classificar o consumidor como sujeito ativo de uma relação jurídica concreta, participando nela com vista à satisfação de uma necessidade do consumidor, ou como “desde” um mero “potencial participante” de uma efetiva relação jurídica de consumo (p.e. o destinatário de uma publicidade).

A aceitação ou não das pessoas coletivas como sujeitos da relação de consumo na qualidade de consumidores, também está longe de ser consensual. Uns alegam a natureza individualista dos direitos dos consumidores para negarem essa qualidade às pessoas coletivas, enquanto outros, perante a abrangência polémica ou a vagância de aclaração da LDC, recorrem à uma equação interpretativa com as normas constitucionais, que estendem os direitos tipicamente individuais às pessoas jurídicas, desde que, claro, feita a sua necessária adaptação.

No que respeita à relação jurídica de consumo, consiste em determinar a especificidade desta relação jurídica face às demais relações jurídicas, mormente do direito civil. Para o efeito, é mister considerar as suas características específicas, fundamentalmente, a partir dos seus sujeitos e do seu objeto. A especialidade dos seus sujeitos é qualificada, desde já, pela participação obrigatória de um profissional e de um não profissional. Ora, a identificação deste último por sua vez será determinada consoante seja feita uma interpretação do elemento relacional como definitório ou não do conceito de consumidor. Outra questão reside em considerar a realização concreta de um negócio jurídico com uma efetiva participação do sujeito merecedor de proteção, o consumidor, para determinar a relação jurídica de consumo. Ou simplesmente em atender a «potencialidade» de um sujeito vir a ser parte efetiva numa relação jurídica com vista à satisfação de uma necessidade privada, como sendo característico desta relação. Por outro lado, há que distinguir se o objeto mediato da relação jurídica de consumo é comum à todos os negócios jurídicos ou se é específico dessa relação jurídica. Contudo, este deverá ser sempre destinado à satisfação das necessidades privadas de um dos sujeitos.

Relativamente aos objetivos do direito do consumidor, ao longo de décadas foi-se negando o surgimento de normas jurídicas limitativas da autonomia privada, à custa de um Código Civil projetado nos seus originários ideais igualitário e liberal,<sup>11</sup> que se torna assim, hostil à necessidade de proteção especial de um sujeito em concreto. Os objetivos do afamado equilíbrio contratual, função principal do direito do consumidor, requeriam, no entanto, uma intervenção cirúrgica que fora sempre rejeitada pela tradição legislativa.

Certo é que, na prática, essa simetria de poderes (equilíbrio contratual) só poderia ser atingida com a limitação da liberdade contratual, algo que o direito civil, preso às suas características dogmáticas, nunca poderia dar, porque se desequilibraria tentando tutelar um sujeito em especial da relação comercial, pois que, a sua insuficiência para proteger o consumidor é saliente mesmo na sua função protetiva, no entanto, dedicada a qualquer um dos sujeitos, registados como iguais, bastando para tal se enquadrar na posição de prejudicado, sem inclinar o prato da balança para qualquer que seja o lado. Enfim, as normas e princípios do direito do consumidor têm o objetivo de proteger uma categoria bem determinada de sujeitos reclamados como originariamente débeis.

Quanto à natureza das suas normas, como temos dito – para além de inclinadas ao favorecimento de um dos sujeitos contratuais bem identificado, o consumidor – as questões levantadas como imbróglio para o desenvolvimento do direito do consumidor, isto já mesmo antes do seu nascimento, eram sobre o caráter limitativo ou da intromissão do poder público através de normas imperativas na esfera jurídica privada protegida pelo sacrossanto *princípio da autonomia privada*. Essa barreira constituía, talvez, senão mesmo o maior obstáculo ao nascimento do direito do consumidor, ou se quisermos, de quaisquer normas jurídicas que viriam a afrontar e pôr em questão os consagrados princípios da liberdade e da igualdade.<sup>12</sup> Todo caminho é feito, graças ao também santificado *princípio da justiça contratual*, um dos valores insuperáveis do *civile* e uma das finalidades da liberdade individual, para se encontrar na compatibilização desses dois valores, da autonomia privada e da justiça comutativa do contrato, em que por causa da revolução industrial e do conseqüente despontar da sociedade de consumo entraram nitidamente em dissonância.

---

<sup>11</sup> Guilherme Machado Dray – *Breves Notas sobre o Ideal de Justiça Contratual e a Tutela do contraente mais débil*. Almedina (2002) p. 82.

<sup>12</sup> A título de exemplo identificamos as relações de trabalho subordinado e onde viriam a nascer os primeiros resquícios de regulamentação e limitação da autonomia individual.

Percorrendo todo esse processo de maturação, acompanhado de perto pelos indispensáveis contributos dos juristas portugueses de mãos dadas com o legislador e a jurisprudência, o sistema português encontra-se hoje situado na linha da frente, como dos países que mais protege o consumidor. Um engodo para o consumidor português que contrasta com a realidade de STP colocado num ponto completamente oposto. Um contraste que ressalta aos nossos olhos se repararmos que sempre houve uma ligação muito estreita e íntima entre os sistemas jurídicos português e são-tomense.

É desde a Constituição portuguesa de 1982, com a consagração dos direitos dos consumidores na lei suprema do Estado como direitos fundamentais, que se garante uma proteção efetiva e superior aos consumidores. Diferente de STP, onde somente existe uma mera proteção graciosa dos consumidores.

Portugal tem um assinalável registo e repositório, quer a nível político-legislativo, quer a nível institucional no que tange à defesa do sujeito, parte mais debilitada e desprivilegiada na relação jurídica de consumo. Com os direitos bem definidos na constituição e nas leis, instituições públicas criadas com poderes muito interventivos na construção, execução e dinamização das políticas de proteção dos consumidores, somado à institucionalização de um importantíssimo ponto de encontro (CNC: Conselho Nacional do Consumidor) dos mais variados intervenientes na matéria – desde a administração, aos consumidores, aos operadores económicos, à sociedade civil em geral – e o alastramento da legitimidade processual do MP para os campos cível e administrativo nas questões de consumo e, essencialmente, com a criação de associações de consumidores dotadas de poderes representativos destes em juízo. Temos presente um quadro abrangente e inclusivo de proteção dos consumidores, que anuncia três níveis de proteção coletiva: através da autotutela, do controlo administrativo e do controlo judicial.

São Tomé e Príncipe, por sua vez, cingiu-se à uma proteção *soft* que nada garante aos consumidores, senão apenas um resquício de normas que, “ricochetando” nos seus objetivos principais, podem capacitar o consumidor com poderes de reclamação em defesa dos seus direitos e interesses. Ou ainda, a criação de duas instituições públicas, vocacionadas para a regulação do mercado, devendo verter, secundária e conseqüentemente, alguma da sua atenção em favor dos consumidores agastados de reclamar por uma efetiva proteção.

Nesta altura, parece-nos bem evidente o longo caminho a percorrer com vista a assegurar ao consumidor são-tomense os seus direitos e interesses. Um percurso sinuoso pelas avistadas dificuldades, quer ao nível da insuficiência legislativa, institucional e de políticas (do Estado), quer ao nível organizacional (por parte dos próprios consumidores).

Como vimos, neste tema vasto e multidisciplinar, procuraremos numa primeira parte enquadrar em jeito preambular as “Questões Preliminares ao Direito do Consumidor” como bases de construção do nosso objeto de estudo, dissertando, para o enquadramento do tema, sobre o princípio da autonomia da vontade privada e o seu revés. E numa segunda parte abordar a partir “Do Direito do Consumidor” no quadro doutrinal (aquilo que são a sua causa, origem, dificuldades, desenvolvimento e enquadramento), analisando em concreto os direitos dos consumidores consagrados constitucionalmente como fundamentais na Constituição portuguesa, especialmente o direito à informação, à formação e à educação e o direito à proteção jurídica, e a sua repercussão na Lei de Defesa do Consumidor e na demais legislação avulsa. Sempre com uma íntima ligação atenta aos organismos de defesa dos consumidores existentes em Portugal, para assim, desta forma, numa derradeira terceira parte, que antecede às conclusões, incidir em concreto *in casus* de “São Tomé e Príncipe: Um Caso Particular”, tecendo uma avaliação crítica sobre a realidade atual e perspetivar um caminho a seguir através da anotação das graves lacunas político-legislativas, tanto a nível constitucional e de demais legislação, bem como na horizontalidade institucional (administrativa e associativa).

Assim, dentro dessas partes, repartindo entre vários capítulos subdivididos em várias secções, parágrafos e alíneas, procuraremos desenvolver um trabalho resultado de pesquisas realizadas e análises críticas, adotando sempre uma posição e procurando acrescentar-lhe algo novo. Antes de terminar, procurar oferecer hipóteses de soluções para a construção de um sistema protetivo dos consumidores em São Tomé e Príncipe, em todos os parâmetros essenciais da política, legislação e institucional.

Finalmente, apresentar as nossas sintéticas conclusões de acordo com as problemáticas levantadas e debatidas ao longo do presente exercício, que ora se anuncia.





## PARTE I – QUESTÕES PRELIMINARES AO DIREITO DO CONSUMIDOR

### CAPÍTULO I – DELIMITAÇÃO DO TEMA

Vem de longe da antiga Grécia a preocupação com a posição debilitada do consumidor na relação com os, na altura, produtores, hoje fornecedores, distribuidores ou prestadores<sup>13</sup>. Mas é no direito romano que encontramos resquícios dessa preocupação, que embora centrando no comprador se repercute no consumidor, ainda que indiretamente. Estamos a referir as famosas *actio redhibitoria* (art. 913.º do Cód. Civ.) e *actio quanti minoris* (art. 911.º do Cód. Civ.), que se destinavam a proteger os compradores. “Actios” estas que hoje têm correspondência no nosso Código Civil nos artigos 292.º e 293.º como *redução* e *conversão*, respetivamente.

Nos direitos privados português e são-tomense podemos encontrar ainda vários exemplos de formas de defesa (indireta) dos consumidores, capitaneadas sob o rótulo de *vícios de vontade* do Código Civil, nomeadamente, a boa-fé (art. 227.º), o abuso do direito (art. 334.º), a equivalência de prestações (art. 237.º - *casos duvidosos*), a lesão (art. 340.º/2), a ignorância (art. 246.º), a coação (art. 246.º e 255.º), o erro (art. 247.º e ss), o dolo (art. 253.º), a ordem pública (art. 280.º/2) e os negócios usuários (art. 282.º a 284.º).

Desde já, é fácil aperceber-se que houve significativa evolução na relação de produção e consumo. Duma relação pessoalizada entre o produtor e o consumidor, registou-se uma evolução com o aparecimento de vários intermediários entre estes dois (principais) sujeitos do comércio, evolução a que o direito não ficou indiferente. Quanto mais complexa se torna uma relação jurídica, maior é a conveniência do poder público se intrometer através de legislações para restabelecer o necessário equilíbrio entre as partes no âmbito do direito civil. Não obstante o respeito pela autonomia privada, *ratio do direito civil*, as instituições públicas existem para garantir a proteção jurídica dos mais fracos, salvaguardando essencialmente a igualdade e o equilíbrio contratuais.

Normalmente, numa relação produção/consumo – com todas as suas vicissitudes intermédias – é o consumidor que se expõe (ou está naturalmente mais exposto) ao

---

<sup>13</sup> Doravante trataremos por *fornecedor*, por *distribuidor*, por *prestador* ou por *profissional* para designar a contraparte do consumidor na relação de consumo.

risco, tendo em conta que os outros sujeitos<sup>14</sup> estão colocados numa posição mais confortável, de receber o valor do bem, produto ou serviço. Em princípio o dinheiro é real. Ora, o mesmo já não se pode garantir, à partida, com relação à qualidade do bem ou produto adquirido ou do serviço beneficiado. É razoável dizer-se que o risco do produto não se encontrar no estado consumível ou do serviço não ser prestado nas condições desejáveis pelo consumidor é maior do que do dinheiro não ser bom. Mas estas são gotas de água no oceano do direito do consumidor, quando chamamos à colação a colossal desproporcionalidade de poderes (e as suas consequências) existente entre as partes envolvidas na relação jurídica de consumo.

## 1. PORQUÊ ESSE TEMA?

A tradição constitucional em Portugal apontou sempre para a necessidade da proteção dos consumidores. Já na Constituição de 1976 constava a defesa dos consumidores, embora programática, como uma das tarefas fundamentais do Estado e, a partir daí as sucessivas revisões constitucionais deram maior corpo, relevância e densificação à posição do consumidor enquanto sujeito de mercado.<sup>15</sup>

Em quase todas as nações civilizadas,<sup>16</sup> a proteção dos consumidores é de tal maneira veemente, que algumas das agressões protagonizadas contra os direitos dos consumidores têm dignidade penal e constituem crimes.<sup>17</sup>

Em contraponto do rápido e consistente crescimento e conquista dos direitos dos consumidores ao nível dos diferentes sistemas jurídicos, constata-se uma inércia inquietante na sociedade são-tomense quanto a este tema. Perante o andar da carruagem legislativa, o assunto ainda reside remoto das preocupações do legislador, apesar da constante asfixia a que está submetido o consumidor em São Tomé e

---

<sup>14</sup> Atualmente, dificilmente a relação de consumo é tida diretamente entre o produtor e o consumidor, existindo entre eles uma seriação de intermediários, que na nossa perspetiva estão todos melhores posicionados do que o consumidor.

<sup>15</sup> Cfr. Fernando Baptista de Oliveira – *O Conceito de Consumidor: Perspetivas Nacional e Comunitária*. Almedina editora. (2009) p. 31 e seguintes e M. J. Matos – *Consumo e consumismo: Autarquias e defesa do consumidor. Administração Democrática, Exclusão Social e Poder Local, Poder Local*. N.º 140 (Janeiro/Junho, 2002) p. 78.

<sup>16</sup> V. Jorge Pegado Liz – *Tendências Internacionais e Nacionais da Política de Proteção dos Consumidores – a posição de Portugal*. (2011) p. 19 e ss.

<sup>17</sup> Suzana Aires de Sousa – *A Responsabilidade Criminal pelo Produto e o Topos Causal em Direito Penal: Contributo para uma Proteção Penal de Interesses do Consumidor*. 2014.

Príncipe na sua relação com os fortíssimos (e muitas vezes monopolizadores) fornecedores e prestadores.<sup>18</sup>

Isto obriga-nos a matutar sobre as implicações dessas lacunas legislativas no mercado, que apesar de liberal – onde reina a escolha livre –, existe uma tremenda desigualdade por causa dos monopólios, das deficientes e dúbias informações sobre os produtos, agravadas pelo baixo índice de esclarecimento da população.<sup>19</sup> Acresce a isso, a informalidade da economia e das relações de consumo no mercado são-tomense.

Por isso, com o intuito de dar um contributo para a sociedade são-tomense, quer ao nível de legislações quer ao nível da massa jurídico-crítica, pretendemos elaborar um trabalho que permita perceber o *status quo* atual e ponderar o que de melhor se pode fazer para a sua alteração. Nesta perspetiva, o trabalho ora elaborado deve basear-se nas doutrinas, legislações e jurisprudências portuguesas (e são-tomenses, quase inexistentes) sem negar o recurso sistemático ao direito comparado sempre que se justificar e, com uma visão crítica sobre a realidade das instituições portuguesas de defesa dos consumidores, para tirar ilações do estabelecimento de uma dessas em STP.

## 2. A GLOBALIZAÇÃO ECONÓMICA, A DEMOCRACIA E O DIREITO

As inovações tecnológicas propiciaram um maior desenvolvimento das comunidades e uma corresponsável aproximação entre elas permitindo uma partilha de dados melhor conseguida.<sup>20</sup> A globalização para uns ou mundialização<sup>21</sup> para outros, permitiu que só se reparasse existência de fronteiras para questões efetivamente cruciais da soberania dos Estados. No mundo de hoje as repercussões políticas, económicas,

---

<sup>18</sup> Ver várias queixas que confirmam essa asfixia na plataforma criada no facebook para denúncia das agressões perpetradas contra os consumidores em STP: <https://www.facebook.com/DDCSTP/?fref=ts> (02/12/2015; 10:36).

<sup>19</sup> Repara-se que na sociedade são-tomense o direito à formação e à informação dos consumidores, que em termos gerais não deveria precisar de instituições para assegurar, é violentamente esquecido. De ressaltar, que esses mínimos dos direitos dos consumidores devem ser afiançados pelo próprio Estado e pelas suas instituições.

<sup>20</sup> Tanto pela aproximação temporal, através das tecnologias como pela reunião espacial, protagonizada pelo mercado livre. Cfr. Rui de Alarcão – Globalização, Democracia e Direito do Consumidor. *Centro de Direito do Consumo*. N.º 8 (2006 / 2007) p. 18.

<sup>21</sup> Conceito usado por alguns autores, nomeadamente professor Manuel Pires, para diferenciar da globalização, considerando que a mundialização tem um alcance mais amplo do que a globalização.

sociais, culturais e igualmente jurídicas são mais evidentes, pela propensão e facilidade com que as sociedades se influenciam e pelo modo como essas alterações têm impacto entre umas e outras.

Tudo isso teve um marco. A Declaração Francesa dos Direitos do Homem de 1789 concebeu um conjunto de direitos, que hoje vincam como a base da realização plena do homem e do próprio Estado de Direito, e se quisermos ainda, Democrático (liberal). Fruto da Revolução Francesa que institui o lema tríplice – “*igualdade, liberdade e fraternidade*” –, que segundo Carlos Ferreira de Almeida<sup>22</sup> foi aproveitada pelas sociedades industriais capitalistas e reduzidas à liberdade e igualdade (embora esta última seja meramente formal) anulando por completo a fraternidade.

Onde pretendemos chegar com isso? Obviamente que a democracia conforme pensada pelos gregos e, fundamentalmente o direito, conforme disposto pela Declaração Francesa, tiveram um grande impacto na vida social e individual com o centrar das atenções na dignidade da pessoa humana.

Nesta secção queremos realçar a relação necessária e eficaz, ao mesmo tempo que problemática, entre estes três institutos. A consagração da liberdade de circulação de pessoas, bens, serviços e capitais abriu brechas para a facilitação da globalização. Esta liberdade é melhor sucedida em democracia que, entende Rui de Alarcão<sup>23</sup>, potencia a globalização.

A globalização, o desenvolvimento tecnológico e a democracia criam um rombo para que a intensificação da circulação dos elementos de produção se fizesse com maior destreza. Esta conjuntura cria maiores dificuldades de proteção dos consumidores a vários níveis: desde o distanciamento entre estes e o produtor, aumentando sobremaneira a desconfiança face à qualidade dos produtos, perante uma produção massiva e uma distribuição em série, que embora escalonada numa lógica polar não cumpre em plenitude o seu dever de informar fielmente, até a internacionalização do comércio. Conclui-se, pois, que essa realidade do comércio atual, ainda que mais livre,

---

<sup>22</sup> Carlos Ferreira de Almeida – *Os Direitos dos Consumidores*. Livraria Almedina. 1982, p. 12.

<sup>23</sup> V. *Centro de Direito do Consumo*. N.º 8 (2006/2007) p. 18.

é evidentemente dissimétrica e mais propensa às injustiças e cimenta as desigualdades entre as partes da relação de consumo.<sup>24</sup>

Em conferência, estas situações apontadas como realidades modernas e evoluídas de um mundo industrializado, globalizado e liberal, congregam uma posição dicotómica: para o comércio e os fornecedores, de um lado, acabando por ser-lhes benévolas, mas que transportando para o campo dos consumidores, catapulta debilidades e se enquadra como problemática no que tange à garantia dos seus direitos e interesses económicos.

Nisto, cumpre ao Estado através do direito, a tarefa de conferir aos consumidores a proteção jurídica e a garantia dos seus interesses económicos, que podem vaguear diante da complexibilização da relação de consumo provocada, também, pela internacionalização<sup>25</sup> do comércio e da produção em massa e distribuição em série.

---

<sup>24</sup> Compreendemos isso no exemplo “As Viagens de uma *T-shirt* no Mercado Global” citado por Mário Beja Santos – *Consumidor Diligente, Cidadão Negligente: Olhares sobre o mercado atual e as tendências do consumo*. Edições Sílabos. 2010, pp. 27-30.

<sup>25</sup> Mário Beja assegura que já se ganhou, atualmente, a consciência daquilo que o “*contexto de mercados globais*” pode resultar na vida das pessoas, podendo detonar no alastramento das “...*injustiças e dos atentados à dignidade da pessoa humana...*”, que fez embotar o sentido de responsabilidade. V. *Consumidor Diligente, Cidadão Negligente: Olhares sobre o mercado atual e as tendências do consumo*. 2010, p. 25.



## CAPÍTULO II – LIBERALISMO: AUTONOMIA DA VONTADE PRIVADA

### SECÇÃO I - LIBERDADE CONTRATUAL

Segundo a teoria civilística, as pessoas são livres de decidirem se contratam ou não; querendo, têm a possibilidade de escolher com quem querem contratar e em que condições esse contrato pode ser celebrado para vigorar e cessar no estrito respeito pelos limites estatuidos na lei e pelos limites resultantes da celebração do próprio contrato.<sup>26</sup> São as claras injunções liberais ditadas (e moderadas) pelo princípio da autonomia privada do artigo 405.º,<sup>27</sup> nos termos do qual ninguém pode ser «coagido a obrigar-se» e os limites típicos do artigo 280.º, ambos do Código Civil. A autonomia privada traduz-se assim num poder atribuído às pessoas de criarem o direito para regular as relações privadas *inter partes* – dentro dos quadrantes da legalidade, da moralidade e da natureza.<sup>28</sup>

Estão patentes, claramente, no preceito do artigo 405.º do Código Civil três níveis de concretização do princípio da autonomia da vontade privada<sup>29</sup>, para muitos, francamente, a pedra angular do direito civil.<sup>30</sup> Antes de mais, chega a *demonstração da vontade* de querer contratar ou não. O que significa que antes de tudo, as partes

---

<sup>26</sup> Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. Coimbra. Almedina. 2012, p. 43 e seguintes. Saliente-se, portanto, que os limites-efeitos da celebração do contrato não são verdadeiros limites à autonomia privada na medida que resultam do seu exercício.

<sup>27</sup> Podemos referenciar uma noção da realização dual da autonomia privada: liberdade de celebração e liberdade de estipulação, ademais como referenciam diversos autores da teoria civilística: António Menezes Cordeiro – *Tratado de Direito Civil Português : I Parte Geral: Tomo I*. Livraria Almedina. 1999, pp. 170 e ss; Pedro Pais de Vasconcelos – *Teoria Geral do Direito Civil*. 7.ª edição. Almedina. 2012, pp. 358 e ss; Guilherme Machado Dray – *Breves Notas sobre o Ideal de Justiça Contratual e a Tutela do contraente mais débil. In Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Inocêncio Galvão Telles*. Vol. I. Almedina (2002) p. 79; dentre outros. (Há ainda quem refira a *liberdade do tipo*, dentre outros, Luís Leitão – *Consumo (Direito do)*. *Dicionário da Administração Pública*. 2.º Suplemento. 2001, p. 91, no entendimento de que o artigo 405.º referencia como manifesto elementar do princípio da autonomia privada as liberdades de celebração; da escolha do tipo e de estipulação – podendo as partes, para além de decidir contratar e determinar o conteúdo do contrato, fabricar o tipo contratual que lhes interessar: seja inominado ou atípico). Mas quisemos, propositadamente, adotar essa estrutura trifurcada para dar maior ênfase, desdobrando a *liberdade de celebração* e autonomizar os poderes da tomada de decisão e da escolha do contraente para a celebração do contrato.

<sup>28</sup> Pedro Pais de Vasconcelos – *Teoria Geral do Direito Civil*. 5.ª edição. Almedina. 2008, p. 15.

<sup>29</sup> Que para Pedro Pais de Vasconcelos, basta-se com “...o discernimento suficiente para se poder compreender o que se está a fazer e a liberdade suficiente para se poder optar entre celebrá-lo, ou não...”, elementos esses – discernimento de perceção e liberdade de opção –, que, segundo o autor, não são absolutos, devendo apenas enquadrar no normal das pessoas normais. Cfr. *Teoria Geral do Direito Civil*. Vol. II. Almedina. 2002, pp. 5-6.

<sup>30</sup> V. Paulo R. Roque A. Khouri – *Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo*. São Paulo. 6.ª edição revista, atualizada e ampliada de acordo com a jurisprudência do STJ. Atlas Editora. 2013, pp. 3 e ss. Ver ainda António Menezes Cordeiro – *Tratado de Direito Civil Português: I Parte Geral: Tomo I*. 1999, p. 171, que classifica a autonomia privada como o “...instituto geral de todo o direito privado...”.

têm de manifestar a vontade de contratar.<sup>31</sup> A seguir, caso queira contratar, tem o *poder de escolher com quem* quer contratar, ou seja, quem pode ser a contraparte na realização do contrato pretendido, definidas que são as suas necessidades a serem satisfeitas. Finalmente, *determinar livremente as cláusulas contratuais*. Isto possibilita às partes estabelecerem ‘a lei interna’ que deverá regular a relação entre ambas, apenas se vinculando na medida e em condições prescritas por elas, desde que dentro dos ditames da lei.<sup>32</sup>

Ora, as insuficiências do Código Civil português de 1966 (vigente em STP), completamente individualizador, resultado das inovações do “homocentrismo” introduzido pela Revolução Francesa, que anuncia como princípio sacrossanto a liberdade do indivíduo, peca na defesa concreta de uma das partes. Logo, este crisma hostiliza a defesa do consumidor partindo do propósito de que podendo livremente se contratar ele se encontra em melhores condições de, já na contratação, se defender de quaisquer possíveis injustiças futuras.

Analisando nesta última perspectiva parece-nos uma evidência clara e coerente, que o contratante deve acautelar os seus direitos logo no momento da contratação, sendo que é também sabido que a capacidade negocial de qualquer uma das partes num negócio jurídico é tão ou menos forte, consoante o equilíbrio entre as suas necessidades e a capacidade económico-financeira, o que pode reduzir a sua autonomia privada e literalmente o tornar “sujeito à sujeição”.

A verdade é que, na prática, nem sempre o princípio da autonomia privada pode ser realizado em pleno. Estamos a apontar para as questões da «coação natural» dos produtos de primeira necessidade,<sup>33</sup> para a existência de monopólios de mercado, para o caso das cláusulas contratuais gerais para alguns serviços ou produtos e mesmo até para o peso de certas publicidades, propagandas e campanhas de *marketing* sobre o consumidor – que muitas vezes o impelem a contratar, tudo isto sem colocar de lado os casos das informações falsas ou equívocas.

---

<sup>31</sup> Isto revela a importância da decisão do indivíduo em contratar ou não, pois que ele pode sempre recusar qualquer proposta que lhe seja feita, independentemente da necessidade que a outra parte tenha (ou eventualmente ele próprio) de celebrar o negócio.

<sup>32</sup> A igualdade das partes e dos seus poderes negociais, especialmente na estipulação das cláusulas contratuais – e essas que em regra se sobrepõem ao regime jurídico vigente, mesmo que mais adequado para a resolução da situação concreta controvertida – é crucial para sustentar tal eficácia do equilíbrio contratual.

<sup>33</sup> O autor Carlos Ferreira de Almeida tratou por necessidades vitais (alimentação, vestuário e transportes) que para a sua satisfação não se pode falar na possibilidade de escolha para o consumidor de contratar ou não, obrigando-o assim a aceitar as condições que lhe forem submetidas e muitas vezes de satisfação incompleta. V. *Os Direitos dos Consumidores*. 1982, p. 13.



Os mesmos desenvolvimentos começavam a despertar em matéria da relação de trabalho.<sup>34</sup> A ideia do *jusnaturalismo* da autonomia da vontade privada das partes, patrocinada pelos Códigos Civis liberais e individualistas, suplantava qualquer possibilidade de intervenção legislativa do Estado.<sup>35</sup>

Em concreto, a revolução industrial veio desencadear muitas questões ao nível social de problemáticas da desigualdade, matéria latente na hipotética igualdade formal, não só relacionadas com os consumidores, mas abrangentes à uma vasta gama das relações sociais, predominantemente onde reina as relações individuais. Ainda no estabelecimento do paralelismo com o direito do trabalho, *mutatis mutandis* com o direito do consumidor, conta Luís M. T. Menezes Leitão,<sup>36</sup> que a desorientação social causada pela revolução industrial e seus princípios económicos duais, liberal e igualitário, impôs ao Estado a obrigação de uma urgente, pesada e efetiva “...*intervenção legislativa destinada a proteger a parte mais fraca...*” dessas relações sociais. Concretamente, se no direito do trabalho o despontar das raízes foi assinalado pela revolução industrial, o direito do consumidor, também é corolário desta, mas tem como intimidade casual mais próxima o surgimento de uma nova era na economia – a sociedade de consumo<sup>37</sup>.

No direito do trabalho, é este jovem ramo de direito que acaba por ser o pano de fundo onde germina o revés da autonomia privada e se constata, em primeira instância e com maior clarividência, as desigualdades existentes nas relações interprivadas formalmente igualitárias.<sup>38</sup>

---

<sup>34</sup> “A procura exacerbada do lucro, a abundância da mão-de-obra, os fluxos migratórios do campo para as grandes zonas industriais, as concentrações humanas, as deficientes condições de trabalho, a ausência de limitações máximas à jornada de trabalho, a prática de salários muito baixos, a falta de proteção contra acidentes de trabalho, entre outras variáveis igualmente decisivas para a degradação das posições dos trabalhadores, deram origem à indicada «questão social» da qual viria a emergir o direito do trabalho como ramo de direito que visa tutelar a parte tendencialmente mais fraca na relação jurídico-laboral”. Cfr. Guilherme Machado Dray – *Breves Notas sobre o Ideal de Justiça Contratual e a Tutela do contraente mais débil*. Almedina. 2002, p. 80.

<sup>35</sup> Luís Manuel Teles de Menezes Leitão – *Direito do Trabalho*. 2.<sup>a</sup> edição. Almedina. 2010, p. 28. A “santificação” dos princípios liberalistas económicos estava de tal forma cristalizada, que até os próprios “...*Códigos Penais proibiam as associações de trabalhadores ou as coligações destinadas a recusar a prestação de trabalho, que consideravam atentatórias da liberdade individual das partes*”. O que nos oferece dizer, criminalizou-se a insurreição contra o pretense celestial princípio do respeito pela liberdade individual.

<sup>36</sup> V. *Direito do Trabalho*. 2010, pp. 28 e ss.

<sup>37</sup> Fruto da “*revolução comercial* e também da *revolução industrial*”, como assegura António Pinto Monteiro – *Do Direito do Consumo ao Código do Consumidor*. 1999, p. 207.

<sup>38</sup> Perante o poderoso empregador, que dispõe da possibilidade de negar a contratação do “potencial trabalhador”, este coagido pela necessidade de satisfação das necessidades essenciais da sua família, à ninguém esta realidade faz crer que este último sujeito está em condições de em pé de igualdade e liberdade exigir a modelação do contrato consoante a sua vontade para fazer prevalecer o princípio do

No que toca aos consumidores, a tutela do público contra fraudes; a salvaguarda da saúde pública; e a proibição da concorrência desleal, foram os primeiros passos, motrizes, dados no sentido duma proteção, ainda que indireta ou reflexiva, dos direitos e interesses dos consumidores.<sup>39</sup> Uma proteção por ricocheto ou por consequência, já que o alvo da defesa era, por ironia, as empresas (operadoras de mercado) e nunca, a instrução de uma intenção consciente e direta em disciplinar e reequilibrar a relação jurídica de consumo como tal.

Por fim, tanto o direito do trabalho como o direito do consumidor sintetizam-se pelo complexo normativo e de princípios condensados e compensados para a proteção de uma categoria de sujeitos das relações jurídicas intersubjetivas, ao que o direito civil não pode dar uma atenção parcial (e especial) devido a sua natureza primordial igualitária e liberal.

## SECÇÃO II – LIBERALISMO VS SOCIEDADE DE CONSUMO

O Estado liberal demitiu-se das funções de intervenção direta no mercado, que eram antes protagonizadas durante o período da vigência do Estado intervencionista de Keynes. Este novo paradigma, neoliberal, vem assegurar a desintegração do custoso Estado social e administrativo na economia, enquanto participante ativo no mercado, produzindo e prestando serviços ao mesmo tempo que regulava o mercado por meio de empresas públicas. Assim, o Estado que era concorrente e fiscalizador exonera-se dessas funções, embora não se divorciando completamente do mercado, pois, passamos a ter um Estado menos intervencionista, mas mais regulador – Estado regulador.<sup>40</sup>

Regista-se assim com este novo modelo, o afastamento da intervenção direta do Estado com o seu pesado e custoso aparelho administrativo no mercado propriamente dito. Neste sistema, a defesa dos consumidores ficaria dependente do equilíbrio de

---

equilíbrio de vontade contratual. Claramente, a vontade daquele que precisa esbater-se no poder decisivo daquele que pode negar. Pior então, com as cláusulas contratuais gerais fruto da contratação coletiva. Isto sem somar o contraste da subordinação jurídica perante o poder disciplinar e a dependência económica face ao poder económico.

<sup>39</sup> Luís Manuel Teles de Menezes Leitão – *O Direito do Consumo. Automação Configuração Dogmática*. Vol. I. Almedina. Almedina. 2002, p. 16.

<sup>40</sup> Para maiores desenvolvimentos, consultar Maria Eduarda Azevedo – *Temas de Direito da Economia*. Almedina. 2014 – Reimpressão, pp. 181 e seguintes.

mercado, que ele próprio (o consumidor) deverá proporcionar com a sua (pseudo) influência através das opções de escolha, resultando sempre numa concorrência mais renhida, que deve forçar a melhoria da qualidade e das informações sobre os bens, produtos e serviços.<sup>41</sup>

Nesse cenário, o consumidor é tido como “soberano” na determinação do equilíbrio de mercado, propiciado pela concorrência sujeita à sua capacidade de escolha. Essa perspectiva, obriga a que o produtor se visse condicionado pelas escolhas do consumidor, no sentido de imprimir maiores exigências na qualidade produtiva e informativa do produto e serviço para posicionar-se melhor concorrencialmente perante os desejos do consumidor “influyente”. É a soberania das partes, neste caso, soberania garantida pelos (ficciónários) poderes de autonomia privada, que deveria assumir como mecanismo de defesa dos direitos individuais – uma defesa *a priori* já que as consequências *a posteriori* (boas ou más) do seu exercício deveriam ser arcadas a qualquer custo.<sup>42</sup>

Porém, tudo isto não passa de uma falsa questão como demonstrou a história, mas pior ainda, nota-se quando se verifica uma situação de monopólio ou de oligopólio, em sectores de bens e serviços essenciais, como bem se pode identificar em STP. Na verdade, nesta atual sociedade de consumo patenteada pelas relações económicas massificadas de produção, distribuição e consumo, os consumidores encontram-se numa posição de dependência e indefesos reclamando a missão interventiva de proteção do Estado, através dos seus mecanismos legislativos e institucionais.<sup>43</sup>

Por outro lado, os ditames individualistas impostos pela Revolução Francesa constituíram-se como outro entrave ao desenvolvimento de mecanismos de defesa dos consumidores, a vários níveis. A ideia da igualdade, e por isso, individualidade, viciava como *crime de lesa majestade* a possibilidade de intervenção pública visando a proteção específica de algum interveniente na relação de consumo, neste caso do consumidor, uma vez que à partida, todos estavam em pé de igualdade. Uma

---

<sup>41</sup> Luís Leitão – in *Dicionário Jurídico da Administração Pública*. 2001, p. 92.

<sup>42</sup> Esta ilusão, desmentida pelos acontecimentos históricos que se sucederam, em especial nos casos dos monopólios e oligopólios do mercado, desenhava, no campo económico, que eram os consumidores (soberanos) chamados a influenciarem a balança comercial provocando uma maior concorrência que devesse, também ela, assegurar a proteção dos direitos e interesses dos consumidores.

<sup>43</sup> Bem sublinhou o autor Hilário Garrido, que esta sociedade de consumismo é marcada pela “...*manipulação da vontade das pessoas em consumir, levando-as a ter e sentir novas necessidades, objetivamente inexistentes, através de novos produtos que são introduzidos no mercado*”. Sublinhado nosso. Cfr. *Reflexões Jurídicas – Direito e Política*. 1.<sup>a</sup> edição. Chiado editora. 2014, p. 64.

igualdade meramente teórico-formal, porque face ao poderio económico do distribuidor, fornecedor ou prestador o consumidor encontrava-se desamparado.

Nem mesmo uma proteção a ser protagonizada por meio do associativismo era possível, à medida que a reunião de forças contra uma das partes, sendo que estão todos em pé de igualdade, tinha como dique a violação do princípio da igualdade, quando na verdade seria apenas um (re)equilibrar de posições. A sociedade liberal foi pensada e constituída para cada um defender, em pé de igualdade – que acaba por ser meramente especulativa, nessa matéria –, os seus interesses. Um modelo que se pensou justo,<sup>44</sup> pois a ideia de *Kant* era de que “...*quem tem autonomia para negociar, negocea com justiça...*”<sup>45</sup>, traduziu, em matéria de proteção do consumidor, num grave obstáculo à realização da justiça ou numa autoestrada de facilitação da injustiça.<sup>46</sup>

Contudo, embora o Estado se tivesse demitido da função interventiva no mercado, conservou para si a função de árbitro, que pouco ou nada podia fazer nessa questão, mas que reflexivamente, pelo pouco que podia fazer, assegurava alguma proteção ao consumidor. O objetivo principal do Estado com estas intervenções não era imediatamente a proteção dos consumidores, mas sim a regulação e estabilização do mercado, que em sobra beneficiava os consumidores por uma maior garantia, através da delimitação dos abusos dos comerciantes, no mercado e não propriamente dita na relação com os consumidores.

Assim, a sociedade de consumo gozava, em ricocheto das intervenções do Estado Regulador no mercado, de uma proteção devida ao asseguramento do regular funcionamento do mercado. A pouco e pouco foi-se intensificando a ideia da necessidade de conferir uma maior proteção aos consumidores, fruto da sua fraqueza e inferioridade perante as potencialidades do fornecedor. Fundamenta-se a urgência

---

<sup>44</sup> Fundado a partir da ideia de *Kant*, “...quando alguém decide por outrem é possível que cometa uma injustiça, mas nenhuma injustiça é possível quando se decide por si próprio...”, e de *Fouillée*, “...toda a justiça é contratual, quem diz contratual diz justo...”, citados por *Luís Leitão – in Dicionário Jurídico da Administração Pública*. 2001, p. 92.

<sup>45</sup> Essa perspetiva que sustenta o ideário Kantiano da igualdade individual é, quando transposta para certas realidades, a exemplo do direito do consumidor ou do direito do trabalho, hostilizante para determinados sujeitos das relações jurídicas privadas intersubjetivas.

<sup>46</sup> Injustiças existentes nas relações formalmente iguais, igualmente nas relações individuais de trabalho, que em paralelo motivou o surgimento do direito do trabalho com a ingerência do Estado através de uma intervenção legislativa mais vinculada no campo dos contratos de trabalho que, obviamente, reduziu a “...*autonomia privada individual* e ostentou a *autonomia privada coletiva*”. Cfr. *António Monteiro Fernandes – Direito do Trabalho*. 16.<sup>a</sup> edição. Almedina. 2012, p. 28 e ss.

de uma *mão visível*<sup>47</sup> interventiva no mercado para restabelecer a igualdade, assegurar o respeito pelos direitos e a prevalência da boa fé e (re)introduzir a justiça contratual.

Hoje é vital a intervenção tanto do próprio Estado, como impulsionador, e bem assim da permissão para a constituição de associações pelos consumidores, com vista à defesa dos seus interesses. O estorvo do princípio da igualdade finalmente foi ultrapassado, podendo os consumidores constituírem-se em associações e prosseguirem coletivamente o fim de garantir o respeito pelos seus direitos.

### SECÇÃO III – A POSIÇÃO DO CONSUMIDOR NO CONTRATO

Resulta da teoria civil que os negócios jurídicos são produtos do exercício da autonomia privada. “*Os negócios jurídicos são atos de autonomia privada...*”, que deixa a possibilidade de as partes contratuais criarem um “*...direito concreto que vige para os seus autores*”<sup>48</sup>. Nesta perspetiva, “*...o modo interprivado de criação jurídica...*” deverá ser através de contratos caracterizados por uma paridade de direitos e obrigações, ou seja, por uma justiça comutativa das posições jurídicas dos outorgantes contratuais, tanto nos preliminares (com discernimento suficiente para se perceber o que se está a fazer) como na execução (com liberdade de opção).

No negócio jurídico de consumo, concretamente, temos à partida por um lado, um profissional munido de informações, de condições técnicas e financeiras reforçadas, e de outro lado, um não profissional desinformado, numa clara situação de debilidade em comparação com a sua contraparte<sup>49</sup>.

---

<sup>47</sup> Termo usado por António Pinto Monteiro, afirmando o apelo pela substituição da *mão invisível* reguladora do mercado por uma *mão visível do Estado intervencionista*. Cfr. *Do Direito do Consumo ao Código do Consumidor*. 1999, p. 207.

<sup>48</sup> Pedro Pais de Vasconcelos – *Teoria Geral do Direito Civil*. 2008, pp. 409-410.

<sup>49</sup> Assim como referencia o autor Jorge Pegado Liz, o desequilíbrio entre as partes na relação de consumo é já uma característica natural da relação, sem a qual não se pode definir esta mesma relação. Esta disparidade é alicerçada muito pelo profissionalismo dos produtores e dos agentes económicos (fornecedores) dotados de informações e conhecimentos técnicos, e de uma capacidade financeira sem comparação com os consumidores. Assim, essa desigualdade é mais do que óbvia, e sim, originária da relação. Jorge Pegado Liz – *Conflitos de consumo. Uma Perspetiva Comunitária de Defesa dos Consumidores*. 1998, p. 68.

Contudo, a fragilidade contratual do consumidor é mais evidente, nomeadamente, nos casos dos produtos de primeira necessidade, de monopólio<sup>50</sup> do mercado, dos contratos de serviços ou produtos fornecidos celebrados com cláusulas contratuais apostas sem prévia negociação individual do conteúdo<sup>51</sup>, das falhas ou informações dúbias prestadas aos consumidores (o caso da boa fé), da empatia que os meios e formas de publicitação dos produtos – *marketing* – podem criar nos consumidores, estes muitas vezes mal formados e desinformados. Estes são alguns dos casos mais reveladores de um agravamento acentuado das fragilidades que podem influenciar no discernimento de percepção e na liberdade de opção dos consumidores.

Não obstante estas peculiaridades, numa visão *macro* e de forma mais intrincada, seguramente que a «complexibilização» do mercado com a produção em série, as mutações e inovações tecnológicas, a internacionalização do comércio (com a exportação dos produtos para os mercados mais longínquos), confederado com o desaparecimento da proximidade da relação comercial pessoalizada entre o produtor e o consumidor, vem transformar este último contraente numa presa fácil e desprotegida – à mercê, tanto dos produtores como dos restantes intermediários nessa relação feita numa lógica de cadeia polar.

Claro está, que a relação jurídica de consumo é materialmente desigual para o consumidor, este que deve contar com a tutela protetiva do Estado conferindo direitos e estabelecendo limites à autonomia privada visando a salvação ou a reintrodução da justiça material nos contratos de consumo.

Atualmente, em todas as sociedades civilizadas no mundo inteiro, as práticas comerciais são marcadas por esta realidade da desigualdade entre as posições jurídicas das partes, fruto da profissionalização e tecnicidade dos distribuidores e prestadores, por um lado, e por outro lado, da ingenuidade dos consumidores diante da «complexibilização» dos produtos e do próprio mercado.

Perante isto, associado ao desarme total dos consumidores nalgumas sociedades, uma vez inexistentes os meios ou alternativas de resolução dos conflitos contratuais

---

<sup>50</sup> Ou mesmo quando se verifica concorrência concertada, se preferirmos acordo entre os fornecedores de bens ou prestadores de serviços na determinação de preços ou especulação do mercado. Num ou noutro caso, destaca-se que a ausência da concorrência (na verdadeira aceção do conceito) traduz-se num fardo pesado, que se não regulado, é totalmente suportado pelos consumidores.

<sup>51</sup> A existência de «cláusulas contratuais gerais» mina o *princípio da liberdade de estipulação* – artigo 405.º n.º 1 do Código Civil – e permite ao primeiro contratante, no caso comercial fornecedor, de equipar-se com armas que os oferecem uma superproteção através de variadas cláusulas de pagamento, de garantia, de assistência pós-venda, etc.

de consumo ou pela falta de imputação objetiva da responsabilidade civil aos produtores – como acontece em STP –, somos impelidos a questionar sobre o que resta de um Estado de Direito, madre da defesa dos direitos fundamentais e garante dos valores sacrossantos da comunidade – *igualdade, liberdade e fraternidade!*? A verdade é que o Estado tem por missão desfazer os desequilíbrios existentes em qualquer relação jurídica, em homenagem ao princípio da igualdade.

## SECÇÃO IV – RESPONSABILIDADE CIVIL DO PRODUTOR

### 1. EVOLUÇÃO DAS FORMAS DE PRODUÇÃO

A pouco e pouco, e muito mais com a revolução industrial,<sup>52</sup> as empresas foram afinando os mecanismos produtivos, tornando-se numa organização extremamente complexa e poderosa, tanto no mercado (economia) como na sociedade. Esse esplendoroso desenvolvimento socioeconómico, alicerçado nas requintadas formas de produção, provocou uma redobrada atenção dos empresários no que concerne à sua atividade.

O emprego de técnicas evoluídas de produção, desenvolvidas por profissionais altamente qualificados, acarretou para o empresário elevadíssimos custos com a produção. Neste contexto, a necessidade de uma forte organização e coordenação dos trabalhos desses especialistas é impositiva. Somando a isto, impõe-se igualmente a avaliação minuciosa dos riscos, através do planeamento (industrial)<sup>53</sup>.

Claramente, que a sofisticação das tecnologias e a «cientificação» dos processos produtivos resultam na dispensa das tarefas humanas – dos homens – que se veem substituídos pela maquinaria<sup>54</sup>. Atingimos o que João Calvão da Silva chamou de “automação do processo produtivo”. A dispensa do trabalho físico humano acaba por se traduzir num ganho para o empresário, este que se vê livre das implicações

---

<sup>52</sup> A revolução industrial provocou uma autêntica profissionalização dos meios de produção, concedendo uma capacidade produtiva às empresas, que hoje é, praticamente, ilimitada. Cfr. M. J. Matos – *in Administração Democrática, Exclusão Social e Poder Local, Poder Local*. N.º 140 (Janeiro/Junho, 2002) p. 77.

<sup>53</sup> O autor João Calvão da Silva quis tratar assim por “planeamento industrial”. Cfr. *Responsabilidade Civil do Produtor*. Almedina. 1990, p. 13.

<sup>54</sup> Assinalando a chegada e o início de uma nova era, a da “...idade da máquina ou era da civilização dos acidentes...” apelidada pelo autor João Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 94.

resultantes das relações laborais, desde o encargo com salários, greves até as insuficiências humanas.

Isto tudo dá origem ao que hoje intitulamos “sociedade de abundância”, ou seja, as tecnologias vieram permitir a produção em série.<sup>55</sup> Nesta lógica, as empresas produzem, numa única linha de produção, enormes quantidades de produtos sofisticados, cada vez mais semelhantes, com características extremamente complexas, dificultando assim a perceção dos possíveis defeitos de produção pelo profano consumidor, que leigo de informações sobre o produto se vê amarrado ao pouco que lhe é prestado. A evolução dum estágio de produção individual de produtos únicos e com características próprias para o patamar de produção em massa, com a tiragem de milhares de produtos semelhantes e aprimorados aguça para o consumidor os riscos e fragiliza ainda mais a sua posição naturalmente débil.

Naturalmente, que produzir em massa implica vender em massa, ou ainda se preferirmos somar, vender para uma “massa” de consumidores. Aqui nasce outro dilema dessa relação produção/consumo, que, registe-se, em paralelo com a produção massificadora, desponta a necessidade agravada de vender. Ou seja, emerge nos produtores, distribuidores, fornecedores e prestadores o interesse em incitar a sociedade ao *consumismo*<sup>56</sup>.

São vários os aspetos que poderiam representar graficamente a evolução da relação produção/consumo. Retratamos o desenvolvimento tecnológico e científico – revolução industrial –, que desembocou na automatização dos mecanismos de produção, afastando (em grande medida) a intervenção da força física do homem no processo produtivo. O que melhorou, e muito, diga-se de passagem, a capacidade produtiva das empresas ao mesmo tempo que periga ferozmente os interesses dos consumidores.

Resta-nos, seguindo esta lógica de ideias, observar os inconvenientes da sociedade de abundância saída dessa evolução. Propriamente dizendo, vamos entrar no cerne

---

<sup>55</sup> Tratado como o “fenómeno da standardização” por Manuel Nogueira Serens – A Proibição da Publicidade Enganosa: Defesa dos Consumidores ou Proteção (de alguns) dos Concorrentes?. *In Comunicação e Defesa do Consumidor, Atas do Congresso Internacional organizado pelo Instituto Jurídico da Comunicação da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra* (25 a 27 de Novembro de 1993). 1996, p. 242.

<sup>56</sup> Este conceito coagula em si “...os comportamentos e atitudes que induzem ao consumo indiscriminado, que pode levar ao endividamento descontrolado, a um estado de dependência quase permanente das atividades das compras...”, tornando as pessoas (consumidores) reféns da vontade de vender por parte dos produtores. Cfr. Mário Beja Santos – *Consumidor Diligente, Cidadão Negligente – Olhares cruzados sobre o mercado atual e as tendências do consumo*. 2010, pp. 20 – 21.



da questão desta relação produção/consumo, sendo certo que a necessidade de vender aumenta, à medida que aumenta a produção.

Na verdade, o normal da relação produção/consumo redundaria, ou pelo menos assim deveria acontecer, na busca pelo consumidor – que tem uma certa necessidade – do produto ou serviço que lhe satisfaça essa mesma necessidade, a ser fornecido por um determinado agente – produtor, distribuidor ou prestador. Subjaz esse entendimento, que é o consumidor que vai à procura do produto ou serviço no mercado, produto ou serviço esse, oferecido pelo produtor em função da necessidade daquele.

Lógica completamente subvertida na sociedade de abundância. Neste prisma, até fica a ideia de que, mais forte que a necessidade do consumidor em utilizar certo produto para a satisfação das suas necessidades, é a «frustração» (o querer inconsequente) do produtor em vender o resultado, massificado, da sua produção. Disto decorre que, ao invés de ser o consumidor a procurar pelas ofertas (bens, produtos ou serviços) do produtor, são estes a levarem os seus produtos a oferecerem-nos aos consumidores.

Assim, a propaganda passa a ser uma das características fundamentais da sociedade de abundância, que para além de ser usada como uma forma de levar os produtos ao conhecimento dos potenciais consumidores, é ainda uma arte de forjar, artificialmente, necessidades nos consumidores, que normalmente não as teriam.<sup>57</sup> As empresas, porque sentem a enorme pressão de vender por causa dos seus elevados stocks, fruto da produção em massa, procuram criar, com artifícios de publicitação e propaganda dos seus produtos, necessidades para o seu consumo. Mais do que uma sociedade de consumo, temos presente uma sociedade de assédio, onde os consumidores são irresistivelmente assediados pelas publicidades agressivas a consumirem um determinado produto com vista à satisfação de uma necessidade fictícia criada artificialmente pelo interessado na venda.

## **2. PUBLICIDADE**

Registada a presente sociedade de vaidade, num mundo de produção massiva, as marcas e a publicidade têm um terrível peso na influência sobre a tomada de decisão das pessoas, consumidores. A marca, por si só, na sua função de garantia da qualidade – como definida pelo autor Manuel Nogueira Serens – é suficiente para

---

<sup>57</sup> V. Luís Leitão – *in Dicionário Jurídico da Administração Pública*. 2001, p. 93.

captar e influenciar a preferência dos consumidores. Mas é à publicidade que cabe dinamizar as potencialidades das empresas (marcas), convencer e influenciar a determinação do sentido da escolha do consumidor.

Eis a razão pela qual, a lei circunscreve a atividade publicitária ao espaço de um conjunto de princípios enformadores,<sup>58</sup> procurando oferecer maior garantia de defesa dos direitos e interesses legítimos dos consumidores.

Concordamos com o autor Jorge Pegado Liz<sup>59</sup>, quando afirma que as mensagens publicitárias não têm quase nunca como objetivo informar, e menos ainda informar correta e completamente, mas constituir um incitamento, tantas vezes desleal, à compra. Tanto é que algumas opiniões,<sup>60</sup> assistidas pelo fundamento legal do conceito de publicidade,<sup>61</sup> assumem a posição de que quaisquer informações sobre os bens, produtos ou serviços, que pretenda impulsionar a aquisição do mesmo trata-se de publicidade.

Justificador se torna assim, a previsão rigorosa da LDC<sup>62</sup>, que impõe um regime rígido para as *mensagens publicitárias*, considerando que estas constituem, quando *concretas e objetivas*, normas integradas no conteúdo do contrato celebrado *a posteriori* à sua divulgação, com força superior aos clausulados contratuais que as contrariem.

Pois bem, a publicidade trata-se de uma forma, reveladora como mais eficaz, de convencimento daquele que pode comprar o produto ou requisitar o serviço.<sup>63</sup> E por isso mesmo, nessa sociedade de consumo massificada pela produção em série, coloca ao produtor o dilema de vender (e vender rápido), daí a sua precisão de engendrar, com artifícios as vezes desfavoráveis para os interesses dos

---

<sup>58</sup> Secção I, referente aos Princípios Gerais do Capítulo II (Regime geral da publicidade) do Código da Publicidade, aprovado pela Lei n.º 330/90 de 23 de Outubro.

<sup>59</sup> Jorge Pegado Liz – *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. Lisboa. 1.ª edição. Editorial Notícias. 1999, p. 293.

<sup>60</sup> Há exemplo do ex-Presidente da Direção da DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor, Manuel Ataíde Ferreira – *in Economia & Prospetiva: Comércio um sector chave*. Vol. II. N.º 1 (Abril/Junho, 1998) p. 135.

<sup>61</sup> Conceito de publicidade decretado no art. 3.º do Decreto-lei n.º 330/90 de 23 de Outubro, que aprova o Código da Publicidade, segundo o qual “...*considera-se publicidade...*, qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objetivo de promover o fornecimento de bens ou serviços, incluindo direitos e obrigações”.

<sup>62</sup> Números 4 e 5 do artigo 7.º da Lei n.º 24/96 de 31 de Julho.

<sup>63</sup> António Castro Guerra e José Manuel Mesquita chegam mesmo a admitir que “...*colocar o produto no mercado configura-se como uma tarefa a exigir mais engenho e arte do que o próprio ato de o fabricar*”. *In Economia & Prospetiva: Comércio um sector chave*. Vol. II. N.º 1 (Abril/Junho, 1998) p.18.

consumidores, necessidades que estes objetivamente não têm, mas que pela influência duma publicidade agressiva, passam a ter.<sup>64</sup>

Naturalmente, que a confluência da vaidade, típica das pessoas dessa sociedade moderna, com a força atrativa que provocam as publicidades agressivas, diretas e especialmente engendradas, levam a que muitas vezes os consumidores se afoguem no endividamento com coisas absolutamente fúteis, dispensáveis às suas necessidades básicas. Estas sim, ficando vezes sem conta na lista secundária das suas prioridades. É a pura transformação de uma sociedade de abundância, numa sociedade de consumismo, de venda a qualquer custo, bastante marcada pela hipnotização<sup>65</sup> dos consumidores através das aprimoradas técnicas de *marketing* e publicidade.

Perante isso, apelidamos de assombrosamente assustador não haver leis que regulem essa área do comércio em STP. Os consumidores são-tomenses estão esquecidos às escuras legislativas, à disposição da publicidade do engano e das informações dúbias e imprecisas. Os distribuidores quando precisam vender, é claro que o importante é convencer, e quanto mais forem deixados ao seu critério os moldes do convencimento, maior é o risco a que se sujeitam os consumidores naturalmente frágeis.

Para lá da hora, é altura de se começar a legislar neste país em prol de uma sociedade mais igualitária, fraterna e justa. Sem dúvida, que a regulamentação da publicidade concede aos consumidores uma maior garantia no que se refere a informações precisas e verdadeiras sobre os produtos e serviços.

---

<sup>64</sup> Ainda admite Manuel Ataíde Ferreira, que não existe publicidade sem engano, pois que para ele há que criar necessidade no potencial adquirente mesmo que ele não o tenha e, só se consegue tal feito superando as suas expectativas iniciais. Cfr. – *in Economia & Prospetiva: Comércio um sector chave*. 1998, p. 136.

<sup>65</sup> Essa realidade é reconhecida pela generalidade dos *players* do direito do consumidor, o que levou o próprio legislador português a estabelecer um regime de retratação unilateral, sem o dever de justificação (direito de livre resolução, art. 6.º do DL n.º 143/2001, de 26 de Abril), dando tempo necessário ao consumidor para acordar da hipnotização, elucidar-se e refletir melhor, tempo este, que pode ser mais dilatado, se tivermos perante a violação dos deveres de *informações prévias* (que antecedem à celebração do contrato – art. 4.º) ou de *confirmação das informações* (no ato da execução do contrato – art. 5.º). Embora seja um regime típico ou curto aos contratos celebrados à distância, ou seja, fora dos estabelecimentos comerciais, ele releva melhor assim, as implicações do entusiasmo que as publicidades podem criar nas pessoas e as frustrações *a posteriori*.

### 3. CLÁUSULAS CONTRATUAIS GERAIS

Outra preocupação, não de menor relevo, levanta-se quanto à “proliferação” dos contratos pré-elaborados (cláusulas contratuais gerais) face ao consumo em massa.

Consequentemente, a produção e a venda em massa seriam grandemente dificultadas, se perante cada consumidor o fornecedor tivesse que discutir e elaborar as normas dos contratos. Desta feita, esse novo paradigma veio permitir, como forma de contornar essas incurialidades, que as empresas elaborassem as cláusulas contratuais gerais – os chamados, contratos pré-fabricados – reduzindo ainda mais o poder negocial do consumidor. Com a anuência legal<sup>66</sup> é aqui orquestrada a derrogação de mais uma parcela do poder negocial do consumidor,<sup>67</sup> agora mero aceitador das condições que lhe são impostas<sup>68</sup>. Posição que pode ser ainda mais paupérrima, quando o consumidor acredita na obrigação urgente de satisfazer a «ilusória» necessidade que lhe foi criada.

As cláusulas contratuais gerais, *contratos-padrão*, possibilitam aos fornecedores de bens e prestadores de serviços definirem unilateralmente o conteúdo contratual sem uma prévia negociação com os destinatários, ao que os consumidores apenas devem sujeitar-se na qualidade de aderentes.<sup>69</sup> O legislador português adotou esse regime, a despeito da sua colisão com os princípios preceituados no Código Civil, artigo 405.º n.º 1 e no artigo 232.º, mas consciente, ou pelo menos assim assinalou, que o poder (liberdade) de estipulação do consumidor já era genuinamente diminuto, todavia, nem por isso constituía um «senão» para a realização do negócio jurídico.<sup>70</sup> Na verdade, seguindo essa lógica, viu-se aqui uma brecha para desenlaçar o contraente mais débil dessa pungente posição, que era para o legislador, puramente teórico-formal. Daí resulta, com esse novo processo de contratação, o fortalecimento da necessidade de

---

<sup>66</sup> Em Portugal, dada pelo DL n.º 446/85 de 25 de Outubro.

<sup>67</sup> António Noronha Luís Nascimento refere aos contratos de adesão como “...uma violentação ou anulação da autonomia privada para o aderente...” – no caso, consumidor. V. As Cláusulas Contratuais Gerais na Jurisprudência do Supremo Tribunal de Justiça. In *Estudos de Direito do Consumo*. N.º 5 (2003) p. 100.

<sup>68</sup> V. artigo 1.º n.º 1 do DL n.º 446/85, de 25 de Outubro.

<sup>69</sup> Cfr. Ana Filipa Morais Antunes – *Comentário à Lei das Cláusulas Contratuais Gerais*: Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de Outubro. 1.ª edição. Coimbra editora. (2013) pp.15 e ss.

<sup>70</sup> Considerando mesmo, que “...dentro da visão clássica da autonomia contratual, os grandes obstáculos à sua efetivação residiam na ausência concreta de discernimento ou de liberdade, a respeito da declaração, ou, ainda, na presença de divergências entre a vontade real e a vontade declarada. Encerraram-se tais aspetos com recurso ao instituto do erro, do dolo, da falta de consciência da declaração, da coação, da incapacidade acidental, da simulação, da reserva mental ou da não seriedade da declaração”. Ver ponto 2 do Preâmbulo do DL n.º 446/85 de 25 de Outubro.

caucionar – com normas jurídicas de garantia – um “...reequilíbrio negocial da posição jurídica dos contraentes mais carecidos de proteção, máxime, dos consumidores”.<sup>71</sup>

O consumidor que antes tinha formalmente algum poder negocial, mas que fruto da sua precária posição contratual, não o exercia, imediatamente, passa a ser defendido pelo Estado, escrutinador e fiscalizador das cláusulas gerais.<sup>72</sup> Um quadro normativo constituído pelo regime específico das Cláusulas Contratuais Gerais (DL n.º 446/85, de 25 de Outubro), pela LDC (Lei n.º 24/96, de 31 de Julho) e pelo Código Civil amparados pela Constituição. Ou seja, o consumidor perde a liberdade de negociar o conteúdo e o modelo do contrato, mas adicionando à sua (promíscua) liberdade negocial de aceitar ou não a proposta negocial, ganha um regime protetivo rígido escoltado pelo (núcleo duro) dos deveres de comunicação e de informação adstritos ao proponente das cláusulas gerais, sobre os quais recai a consequência jurídica de exclusão quando desrespeitados.<sup>73</sup>

O dever de comunicação atesta a concretização do figurino tripartido – LCCG, LDC e Código Civil –<sup>74</sup> de proteção do consumidor face aos contratos pré-fabricados, reduzindo o “...risco de desconhecimento...” das cláusulas e promovendo a publicitação destas. Já o dever de informação<sup>75</sup> é mais um ditame da necessidade do proponente, para além de comunicar de forma “...integral, adequada e atempada...” todas as cláusulas do contrato, este deve *de per se* proceder a “...aclarção que se justifique...” necessária (n.º 1) e “...prestar todos os esclarecimentos razoáveis solicitados...” pelo aderente (n.º 2), ambos do artigo 6.º da LCCG. O legislador dá uma relevância jurídica custosa à esses deveres cuja inobservância é sancionada com nulidade das cláusulas gerais não comunicadas e/ou não aclaradas – artigo 8.º da LCCG.

De arrolar ainda, no quadro desse regime protetivo do consumidor face às cláusulas gerais, o sancionamento com nulidade das cláusulas proibidas, anulabilidade ou

---

<sup>71</sup> Cfr. Ana Filipa Morais Antunes – *Comentário à Lei das Cláusulas Contratuais Gerais*. 2013, p. 17.

<sup>72</sup> Repara-se no merecido realce do autor David Falcão, citando o Almeno de Sá, feito a três níveis de controlo dessas cláusulas contratuais gerais nos contratos de consumo. Cfr. *Notas sobre Direito do Consumo e Compilação de Legislação Conexa*. 1.ª edição. Chiado editora. (2012) p. 24.

<sup>73</sup> Artigos 5.º, 6.º e 8.º respetivamente, do DL n.º 446/85, de 25 de Outubro (que regula as Cláusulas Contratuais Gerais e regulamenta a Diretiva sobre as Cláusulas Abusivas no Contrato de Consumo), adjudicando ao proponente das cláusulas contratuais gerais o ónus da prova da sua devida, adequada e efetiva comunicação.

<sup>74</sup> Artigo 5.º da LCCG, de acordo com os artigos 227.º e 342.º n.º 1 do Cód. Civ. e os artigos 8.º e 9.º n.º 2 al. a) da LDC. Cfr. Ana Filipa Morais Antunes – *Comentário à Lei das Cláusulas Contratuais Gerais*. 2013, pp. 83 e ss.

<sup>75</sup> Artigo 6.º da LCCG, de acordo com os artigos 227.º e 573.º do Cód. Civ. e o artigo 8.º da LDC. Cfr. Ana Filipa Morais Antunes – *Comentário à Lei das Cláusulas Contratuais Gerais*. 2013, pp. 135 e ss.

redução do contrato pelo uso dessas cláusulas decretadas como proibidas no Capítulo V do Decreto-Lei n.º 446/85 de 25 de Outubro, que as regula.<sup>76</sup> A interpretação e integração das cláusulas contratuais gerais procedem-se segundo as regras e os termos do direito privado comum, atento, obviamente, às circunstâncias oportunas de cada caso em concreto.<sup>77</sup> O legislador não se atém apenas e só no teor e conteúdo das cláusulas contratuais gerais, mas envolve, necessariamente, o contexto do próprio “...*contrato singular em que se incluem*”.

Perante tal complexidade e importância, sobressalta-nos do raciocínio, a dilacerante situação em que convive o consumidor são-tomense, que face à subtração dos seus direitos, mormente das liberdades de estipulação e de modelação, não exista legislação alguma que regule a sua proteção. Partindo indefeso desde a nascença, é ainda cortado nos seus poderes numa relação assimetricamente desequilibrada, sem no mínimo, serem-lhe garantidos os contrapesos.

É certo, como vimos na justificação do legislador português, que a liberdade de estipulação é uma falácia teórico-formal, indiscutivelmente afastada ou depreciada nas relações jurídicas concretas da vida, sem se registar grandes alaridos ao seu redor. Porém, ao mesmo tempo que se abre uma autoestrada dentro de uma avenida, convém que se sinalize as faixas de rodagem e os locais de cedência, e que se determine as consequências das suas inobservâncias.

Já é mais do que tempo de se legislar sobre as cláusulas contratuais gerais, sobretudo, numa altura em que se assiste a uma inundação da praça financeira são-tomense com variadíssimos agentes económicos, desde os bancos comerciais, de investimentos até as companhias de seguros, de telecomunicações e etc.

#### **4. RESPONSABILIDADE PELOS PRODUTOS DEFEITUOSOS**

Bem defende João Calvão da Silva<sup>78</sup> que, prosseguir a proteção do consumidor requer obrigatoriamente a integração da responsabilidade do produtor, temas que arriscam a assumir como sinalagmáticos, ou seja, quando a existência de um arrasta por si só o outro.

---

<sup>76</sup> Termos fixados no Capítulo IV, artigos 12.º, 13.º e 14.º, respetivamente, do DL n.º 446/85 de 25 de Outubro, acompanhados dos artigos 285.º e ss do Cód. Civ. e do art. 16.º da LDC.

<sup>77</sup> Artigos 236.º e seguintes do Cód. Civil, por aplicação *ex vi* do artigo 10.º e com as atenuantes do art. 11.º, ambos do DL n.º 446/85 de 25 de Outubro.

<sup>78</sup> Cfr. *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 91.

No direito português, tudo isto reunido, e no quadro da proteção efetiva do consumidor, naturalmente, que é a LDC, enquanto estatuto madre da definição dessa defesa, que lança as sementes e a base para a responsabilização dos produtores. Uma responsabilização feita em concomitância com os distribuidores.<sup>79</sup> A fixação de um regime-regra para a responsabilidade do produtor é feita pelo artigo 12.º da Lei n.º 24/96, apesar de outros adquiridos desenvolvimentos em pormenor e em especial dessa matéria.<sup>80</sup> Do regime regra dual, estamos, como é óbvio, a referir-nos ao princípio geral de responsabilidade objetiva do produtor e ao princípio excepcional de responsabilidade subjetiva do fornecedor ou prestador.<sup>81</sup> Importa-nos, para já, a responsabilidade objetiva do produtor.

Considerando-se a «complexibilização» do mercado, o aprimoramento das técnicas e formas de produção e a sofisticação dos produtos finais, com os produtores (bem distantes dos consumidores e) a procurarem por diversos meios variar as formas de escoamento dos seus produtos massificados (através dos distribuidores – muitas vezes – tão ignorantes como os consumidores ou próximos disso)<sup>82</sup>, não é difícil de se compreender que a responsabilidade do produtor seja assacada, quer ele seja ou não culpado pelos danos causados aos consumidores, bastando, para tal, que os tais males sejam derivados da utilização de produtos defeituosos colocados no mercado por si.<sup>83</sup> Este é o âmbito da responsabilidade objetiva, princípio fundamental<sup>84</sup> na responsabilização do produtor, em que a atribuição do encargo pelos prejuízos causados é feita à revelia da existência ou não de culpa por parte do produtor. Dito pelos vocábulos legais, “...o produtor é responsável, independentemente de culpa,

---

<sup>79</sup> Decreto-lei n.º 69/2005 de 17 de Março.

<sup>80</sup> Decreto-Lei n.º 383/89 de 6 de Novembro, que transpõe a Diretiva n.º 85/374/CEE, em matéria de responsabilidade decorrente de produtos defeituosos.

<sup>81</sup> Números 2 e 1, respetivamente do art. 12.º da Lei n.º 24/96 de 31 de Julho – Lei de Defesa do consumidor.

<sup>82</sup> Impõe-se notar aqui, que, naturalmente, é no produtor onde está concentrado o núcleo de informações relevantes sobre o produto podendo, consoante lhe aprouver, divulgar ou omitir certas informações de produção e/ou de utilização sobre os produtos.

<sup>83</sup> Estamos a dar razão ao pensamento de João Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 93, onde interpreta “...responsabilizar diretamente o produtor como efetiva e materialmente justo ao fazer responder pelos danos resultantes dos produtos defeituosos e perigosos circulantes no mercado a verdadeira contraparte jurídica, em sentido material e económico, do consumidor, separados no mercado pela cisão entre a produção e o comércio”. Sublinhado nosso.

<sup>84</sup> Repara-se que é o próprio legislador que, no preâmbulo do DL n.º 383/89, classifica como fundamental o princípio da responsabilidade objetiva, indo ao encontro da doutrina no sentido que sustenta a ideia da impossibilidade de atingir uma equilibrada distribuição de riscos atento aos interesses do lesado e do produtor, perante uma tecnicidade produtiva tão evoluída. Temos presente uma *objetivação da culpa* com a instituição da responsabilidade objetiva do produtor.

*pelos danos causados por defeitos de produtos que: coloque no mercado*” (art. 12.º n.º 2 da LDC) *“põe em circulação”* (art. 1.º do DL n.º 383/89)<sup>85</sup>.

Todavia, essa responsabilidade não é insípida e solitária os distribuidores também têm obrigações mínimas (*“...durante o armazenamento, transporte e exposição dos produtos...”*)<sup>86</sup> que devem cumprir para que os padrões gerais de segurança devidos pelo produtor sejam atingidos.

Neste contexto, tanto o Decreto-Lei n.º 383/89 de 6 de Novembro como o Decreto-Lei n.º 69/2005 de 17 de Março constituem verdadeiros cadernos de encargos para os produtores e distribuidores no concernente à obrigação (geral e mínima – para além da obrigação especial de comunicação e de cooperação com as instituições públicas) de garantir a segurança dos produtos que produzem, põem e fazem circular no mercado.

Importa sublinhar ainda que, resultando a responsabilidade objetiva do produtor ou a responsabilidade subjetiva do distribuidor do incumprimento da obrigação de segurança dos produtos pela produção ou fornecimento de produtos defeituosos, é mister determinar afinal no que consiste o defeito do produto. Tomada à letra, a obrigação de segurança dos produtos redonda na correspondência do direito do consumidor *“...à qualidade dos bens e serviços...”*<sup>87</sup> – prescrito pela LDC<sup>88</sup>. Assim, decorre que um produto será considerado defeituoso sempre que os efeitos derivados da sua normal utilização sejam inadequados ou inaptos a satisfazer os fins por si predestinados e as *“...legítimas expectativas do consumidor.”* De qualquer forma, há que realçar os considerados *“...riscos reduzidos de utilização...”* (riscos razoáveis e necessários)<sup>89</sup>, expressos pelo DL n.º 69/2005, mas que de outro jeito veem

---

<sup>85</sup> Dito pelos vocábulos técnicos, João Calvão da Silva fala numa *“...interiorização do dano...”* feita pelo legislador, *“...transladando-o do lesado para quem produz e lança no mercado o produto defeituoso.”* Cfr. *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 525.

<sup>86</sup> V. art. 7.º n.º 1 do DL n.º 69/2005 de 17 de Março. É certo que os distribuidores – *“...perante produtos complexos e sofisticados e sem know-how e instrumentos técnicos para os conhecer e controlar...”* – são apenas a “ponte” ou o “canal” ou a “interposta pessoa” pelo qual a relação produção/consumo é realizada. Contudo, isto não pode ilibar a responsabilidade subjetiva que possa resultar da inobservância das regras definidas para o armazenamento, transporte e exposição dos produtos. Cfr. Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 526 e ss, que divulga, depois de anunciar uma *desfuncionalização* do distribuidor, a responsabilidade deste pelos *defeitos posteriores* a produção.

<sup>87</sup> Para reforçar, encarando que o desígnio da qualidade dos bens e serviços tem como salvos a proteção da saúde e da segurança física dos consumidores, pode-se emoldurar neste entendimento o art. 4.º do Decreto-Lei n.º 383.º e o art. 3.º al. b) do Decreto-Lei n.º 69/2005 ambos definidores do defeito dos produtos.

<sup>88</sup> Cfr. art. 3.º al. a) e o art. 4.º todos da Lei n.º 24/96 de 31 de Julho.

<sup>89</sup> Calvão da Silva classifica-os como *“riscos típicos e inevitáveis”* contrapondo com os *“riscos típicos e evitáveis”*. Cfr. *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 94.



igualmente implícitos, quer na LDC (artigo 4.º) – “...utilização segundo as normas legalmente estabelecidas...” –, quer no DL n.º 383/89 (artigo 4.º, n.º 1 *in fine*) – “...a utilização que dele razoavelmente possa ser feita...” –, desde que esses riscos sejam compagináveis com a garantia da segurança geral dos consumidores.



## PARTE II – DO DIREITO DO CONSUMIDOR

### CAPÍTULO III – ORIGEM E ENQUADRAMENTO DO DIREITO DO CONSUMIDOR COMO UM RAMO AUTÓNOMO DO DIREITO

#### SECÇÃO I – BREVE RESENHA HISTÓRICA SOBRE A GÉNESE DO DIREITO DO CONSUMIDOR *QUA TALE*

##### 1. A GÉNESE AMERICANA

O direito do consumidor, a par do direito do ambiente, faz parte da nova ala do direito que surge nos últimos tempos, atizado pelos substanciais desenvolvimentos verificados na vida em sociedade<sup>90</sup>. A primeira pedra para a construção deste, hoje importantíssimo ramo de direito, foi lançada pela primeira vez nos Estados Unidos da América, tendo como precursor o Presidente Kennedy.<sup>91</sup> A ‘Carta dos direitos fundamentais dos consumidores’, assim como é tratada por alguns autores,<sup>92</sup> foi a mensagem do Presidente dirigida ao Congresso Americano onde incita à necessidade de caucionar uma maior proteção aos consumidores.

Em Março do ano 62, o Presidente John Kennedy estabeleceu perante o Congresso Americano o que podemos designar de núcleo duro do direito do consumidor (ou do direito do consumo)<sup>93</sup>: direitos à segurança, à informação, à escolha e à ser ouvido. Estas ideias vieram a ser corporizadas em diferentes legislações extravagantes americanas, objetivando a direta e efetiva proteção dos direitos e interesses económicos dos consumidores, que eram, antes disso, apesar da sua posição debilitada ostentada pelo modelo neoliberal da economia, defensores dos seus próprios interesses.

Depois do marco histórico-político assinalado pelo Presidente John KENNEDY em 1962, seguiu-se ao apoderamento de uma tradição pelos sucessivos Presidentes

---

<sup>90</sup> Em geral designados por “direitos da terceira geração”. V. Jorge Pegado Liz – *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 263.

<sup>91</sup> V. Jorge Pegado Liz – *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 29 e ss; Jorge Morais Carvalho – *Manual do Direito do Consumo*. 2014, p. 11; Luís Leitão – *in Dicionário Jurídico da Administração Pública*. 2001, p. 95. Para Elsa Dias Oliveira, “...a mensagem do Presidente Kennedy ao Congresso dos EUA... veio marcar uma nova fase na consciencialização acerca dos direitos dos consumidores, imprimindo a sua influência nos posteriores discursos de proteção...” desses direitos. Cfr. *A Proteção dos Consumidores nos Contratos Celebrados através da Internet*. Almedina. 2002, p. 25.

<sup>92</sup> Cfr. Carlos Ferreira de Almeida – *Os Direitos dos Consumidores*. Almedina. 2005, p. 46.

<sup>93</sup> Mais adiante abordaremos a questão das diferentes interpretações no que toca à esta matéria.

americanos,<sup>94</sup> no campo dos direitos dos consumidores, aperfeiçoando os meios de proteção dos consumidores. O início dessa nova era do direito do consumidor após o seu arranque, registou-se com o Presidente Lyndon JOHNSON a enviar uma mensagem ao Congresso em 16/2/1967 destinada à proteção do consumidor e tendo nomeado um conselheiro especial para as questões sobre o consumidor, seguido do Presidente Richard NIXON, que em 1971 apresenta um *Buyer's Bill of Rights* (BBR) e institui sucessivas agências vocacionadas para a defesa dos consumidores: *Office of Consumer Affairs* (OCA); *National Business Council for Consumer Affairs* (NBCCA); *National Institute for Consumer Justice* (NICJ); *Product Information Coordination Centre* (PICC). A continuidade dada pelo Presidente Gerald FORD foi a implementação na sua administração da tutela do consumidor. Cumprindo a tradição, também a administração de Jimmy CARTER autorizou a criação da *Agency for Consumer Advocacy* (ACA).<sup>95</sup>

## 2. EVOLUÇÃO NA UNIÃO EUROPEIA

As questões dos direitos dos consumidores, segundo Jorge Pegado Liz, começam a despontar na Europa desde os anos 50. Informa nos seus ensinamentos, que a partir das influências americanas foram forjados de forma continuada diversos “*movimentos dos consumidores*” dispersos em alguns países da Europa.<sup>96</sup>

Contudo, na Europa é a partir da Carta do Conselho da Europa de 1973, que os consumidores veem surgir no fundo do túnel, uma luz verde com a aprovação pela Comissão Europeia, em 1975, do programa de ação pretendente à defesa dos direitos dos consumidores espalhados em cinco linhagens fundamentais: direitos à proteção da saúde e da segurança; à proteção dos interesses económicos; à indemnização dos danos; à informação e à educação, e à representação.<sup>97</sup> Depois da sua afirmação no Tratado Europeu no Ato Único Europeu de 1986 e da sua reafirmação nos sucessivos Tratados de Maastricht – 1992, e de Amesterdão – 1999, intercalados pelo avultado número de Diretivas, a posição da União, no que respeita à proteção dos

---

<sup>94</sup> Pelo menos até aos anos 80.

<sup>95</sup> Para melhores desenvolvimentos ver Luís Manuel Teles de Menezes Leitão – *O Direito do Consumo. Automação e Configuração Dogmática*. 2002, p. 17.

<sup>96</sup> Cfr. Jorge Pegado Liz – *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, pp. 37 e seguintes. O autor desenha os quadros, sobretudo institucionais, existentes em diferentes países europeus a partir da década de 50.

<sup>97</sup> Jorge Morais Carvalho – *Manual do Direito de Consumo*. 2014, pp. 12-14 sobre a evolução dos direitos dos consumidores na Europa e em Portugal. Ver também Luís Manuel Teles de Menezes Leitão – *O Direito do Consumo. Automação e Configuração Dogmática*. 2002, p. 18.

consumidores, começa a parir fortes influências sobre os Estados-Membros. Nos quais inclui-se, naturalmente, Portugal.

### 3. A EVOLUÇÃO EM PORTUGAL

Apesar da evolução europeia que acabamos de registar, enquanto comunidade, relativamente à matéria de proteção dos direitos e interesses económicos dos consumidores, a verdade é que Portugal<sup>98</sup>, que chegou tardiamente<sup>99</sup>, corria à margem e à uma velocidade mais apressada, conquanto não sistemática mas sucessiva e ocasional.<sup>100</sup> É, pois, já em 1974,<sup>101</sup> ainda pouco antes da queda do regime político anterior, que se registou a primeira tentativa de legislação sobre o assunto. Tentativa, obviamente, uma vez que a proposta legislativa não passou, o que só veio a acontecer já na pendência do regime democrático em 1981 com a aprovação da primeira lei de defesa do consumidor – a lei n.º 29/81 de 22 de Agosto, nesta altura, já depois da consagração constitucional, em 1976, da defesa do consumidor nos artigos 81.º e 109.º.<sup>102</sup> Porém, é logo a seguir, na revisão constitucional de 1982 que a defesa dos consumidores evolui do leque de uma simples tarefa programática do Estado e ganha na lei fundamental o estatuto de direitos fundamentais atribuídos aos consumidores.<sup>103</sup>

A partir daí seguiram-se algumas revisões constitucionais (1989, 1997 e 1998), escoltadas de adimplementos com inúmeras leis ordinárias – com destaque para a atual LDC, lei n.º 24/96 de 31 de Julho, que substituiu a antiga (lei n.º 29/81 de 22 de Agosto) – e aperfeiçoando cada vez mais a matéria dos direitos dos consumidores. Desde alguns anos a esta parte, que está em voga a preparação do Código do Consumidor, cujo Anteprojeto foi já em 2006 apresentado para análise e debate público.

---

<sup>98</sup> Para maiores desenvolvimentos sobre a evolução portuguesa, V. Jorge Pegado Liz – *Tendências Internacionais e Nacionais da Política de Proteção dos Consumidores – a posição de Portugal*. 2011, pp. 11 e ss.

<sup>99</sup> Cfr. Duarte Ivo Cruz e Nuno de Sequeira – *Notas Sobre Defesa do Consumidor*. Centro de Estudos Fiscais da Direção-Geral das Contribuições e Impostos do Ministério das Finanças. Lisboa, 1972.

<sup>100</sup> Portugal, após a Revolução de 25 de Abril, ocupava as linhas cimeiras em matéria da “...inovação e do progresso nas políticas de defesa e proteção dos consumidores.” Cfr. Jorge Pegado Liz – *Tendências Internacionais e Nacionais da Política de Proteção dos Consumidores – a posição de Portugal*. 2011, p. 3.

<sup>101</sup> Já na presença da primeira Associação de defesa dos consumidores em Portugal, DECO, que teve um importantíssimo papel na gestação das várias leis que foram geradas a partir daí.

<sup>102</sup> M. J. Matos – *Administração Democrática, Exclusão Social e Poder Local, Poder Local*. N.º 140 (Janeiro/Junho, 2002) p. 78.

<sup>103</sup> Art. 60.º da Constituição Portuguesa.

#### 4. O CASO DE SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE

São Tomé e Príncipe, enquanto ex-colónia de Portugal, tem bebido desde 1975, naturalmente, para além das legislações herdadas do regime colonial,<sup>104</sup> muitas das suas normas a vários níveis – algumas até, arriscamos a dizer, tiradas a papel químico. A verdade é que essa jovem nação, que viveu momentos seguintes a descolonização com um regime de partido único,<sup>105</sup> tem procurado agradecer a sua recente democracia, conseguida em 1991 com o advento do multipartidarismo.

O Estado constituído à base do respeito pelos direitos fundamentais e pela dignidade da pessoa humana,<sup>106</sup> vai, aqui e ali, trasladando e acomodando no seu ordenamento jurídico alguns preceitos do sistema português, como remendos a aplicar conforme as necessidades e, (custa-nos dizer), às vezes conforme as conveniências políticas.

O aparecimento desse novo Estado, como vimos, por a separação do império português ter-se registado antes do amadurecimento da questão dos direitos dos consumidores, que gozou o seu fastígio em Portugal no ano de 1981 com a primeira LDC portuguesa, STP não pôde (infelizmente) herdar também mais essa legislação.

Apesar das cinco revisões constitucionais de que já foi objeto (1980, 1982, 1987, 1990 e 2003) a Constituição Política são-tomense, em alturas do auge da discussão sobre a problemática dos direitos dos consumidores nas sociedades civilizadas, nela nunca se dedicou espaço algum à vocação de proteção objetiva dessa nova categoria de sujeitos constitucionais que estava em notoriedade – os consumidores.<sup>107</sup>

---

<sup>104</sup> “A legislação portuguesa em vigor à data da Independência Nacional mantém transitivamente a sua vigência em tudo que não for contrário à Soberania Nacional, à presente Constituição, às restantes leis da República e aos princípios e objetivos do MLSTP.” Art. 48.º da primeira Constituição da República. Texto que mantém em vigor no atual artigo 158.º da Constituição São-tomense com a seguinte redação: “A legislação em vigor à data da Independência Nacional mantém transitivamente a sua vigência em tudo o que não for contrário à presente Constituição e às restantes leis da República.”

<sup>105</sup> Francisco Costa Alegre – *Santomensidade*. UNEAS. 2005, p. 50.

<sup>106</sup> Arrebatamento feito pela Assembleia constituinte do Estado São-tomense, em que logo após o seu nascimento enquanto “nação” independente, fez constar no seu primeiro «estatuto» que “O Estado garante o respeito dos princípios fundamentais da Declaração Universal dos Direitos do Homem.” Art. 7.º da Constituição da República Democrática de São Tomé e Príncipe aprovada em 05/11/1975. Atualmente previsto nos arts. 1.º *in fine* e 6.º n.º 1 da Lei n.º 1/2003 – Constituição são-tomense em vigor.

<sup>107</sup> É digno de se salientar, que as revisões constitucionais que se deram nessa altura estavam obcecadas, como é natural, essencialmente, nas questões de atribuição e organização do poder político. Embora não possamos enquadrar nesse contexto a revisão de 2003. Aliás, decorridos mais de treze anos da última revisão constitucional, se calhar, já é tempo de se proceder à uma nova adaptação da nossa Constituição às evoluções registadas na nossa sociedade, onde esperamos ser incluído o tema da proteção dos consumidores. O autor Hilário Garrido apadrinha essa urgência com a necessidade de corrigir as “deficiências, incongruências e imperfeições” geradas com a última revisão constitucional, fruto da tensão política que se vivia na altura e que motivou a alteração do estatuto máximo do Estado São-tomense. V. *Reflexões Jurídicas – Direito e Política*. 2014, p. 126 e seguintes e 270 e ss.

Contudo, é só a partir da revisão constitucional de 1990, onde ainda que de forma muito absorta e longinquamente indireta, se anotou na Constituição a preocupação com os consumidores ao estatuir no seu artigo 10.º al. b) um conceito largo – mantido na hodierna Constituição – *a promoção do respeito e a efetivação dos direitos económicos e sociais dos cidadãos* como tarefa programática e prioritária do Estado. Por esta previsão, de qualquer forma, será sempre uma questão dependente de orientação política dos governos.

Ao nível de legislação extravagante nenhuma alteração se registou ao *status quo* no que toca à garantia efetiva, principal ou exclusiva de uma maior proteção jurídica para os consumidores, que para além de se verem capazes de se refugiar na vasta amplitude da norma do artigo 20.º da CSTP (acesso à justiça), que pior ainda, nem se encontra regulamentada<sup>108</sup>, podem gozar de algum amparo fornecido pelas leis de criação e funcionamento das instituições de regulação do mercado, concretamente da DRCAE e da AGER. Contudo, ainda que estejamos distantes de concretizar (o mínimo sequer) pretendido para os consumidores com a instituição desses organismos de direito público de vocação regulatória de mercado, pelo menos por uma atuação mais efetiva, não é justo desmerecer o mérito que deve ser reconhecido pelos primeiros passos conquistados. Mais a frente analisaremos a utilidade e a importância desses andamentos agora anunciados.

## **SECÇÃO II – ENQUADRAMENTO E AUTONOMIZAÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR**

### **1. DIREITO DO CONSUMIDOR VS DIREITO DO CONSUMO**

Sempre que cavaqueamos sobre a autonomização desta ala do direito o dilema surge-nos, em *prima facie*, desde a sua nomeação enquanto ramo independente de direito, seja terminologicamente assinalado como direito do consumidor para uns<sup>109</sup> ou como

---

<sup>108</sup> E por cima, num país onde a justiça é cara e morosa. Pois, a complexidade da tramitação do processo civil exige a intervenção técnica de advogados, o que provoca uma maior oneração para os consumidores, em larga escala «desgraçados» e desprovidos de meios financeiros.

<sup>109</sup> António Pinto Monteiro – Sobre o Direito do consumidor em Portugal. *In Revista Sub Judice, Justiça e Sociedade*. (Janeiro/Março de 2003). N.º 24 – O estado do Direito do Consumidor. p. 7; José de Oliveira Ascensão – Direito Civil e Direito do Consumidor. *In Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8. (2006/2007) pp. 31 e seguintes; Raúl Carlos de Freitas Rodrigues – *O Consumidor no Direito Angolano*. Almedina. 2009, p. 173.

direito do consumo para outros<sup>110</sup>. Num centrando-se numa perspetiva mais dinâmica, individualista do sujeito (consumidor) e noutra, numa perspetiva objetiva, sedeando-se no ato de consumo.

A definição do direito do consumidor como conjunto de princípios e regras que disciplinam a produção e a distribuição de bens, bem como de serviços, tendo em vista a defesa do consumidor, da autoria de António Pinto Monteiro<sup>111</sup>, visa distinguir o direito do consumidor do direito de consumo. Para este autor, a preocupação da proteção do consumidor é tida na linha de conta com a produção e distribuição dos produtos e com a prestação de serviços à estes sujeitos, não propriamente com o consumo em si. O que é interpretado no mesmo sentido, embora partindo de perspetiva distinta, por José de Oliveira Ascensão<sup>112</sup> ao referir, numa análise à legislação italiana, que nesta “...*matéria tem por núcleo a proteção do consumidor e não da função do consumo em si*, levando-o, por conseguinte, a entender que *há que falar sempre em direito do consumidor, que é o protagonista, e não em direito do consumo, função económica.*”

No polo oposto, entende Luís Leitão<sup>113</sup>, que é a satisfação da necessidade privada de alguém (consumidor) protagonizada por um negócio jurídico de consumo (prática de um ato de consumo) que constitui a pedra basilar do atomismo do direito do consumo. Ideia partilhada por Calvão da Silva,<sup>114</sup> assumindo nas suas palavras que, “...*o direito do consumo regulará os atos de consumo, relações jurídicas existentes entre um consumidor e um profissional (produtor, empresa de publicidade, instituição de crédito, etc.), ato de consumo que assim será o eixo, o coração do chamado direito do consumo, o seu elemento aglutinador e o fundamento da sua procurada autonomia dogmática.*”

Ora, perante este cenário, impõe-se-nos debruçar sobre o que entendemos ser, afinal, essa disciplina, se direito do consumidor ou se direito do consumo. Acabamos de ver *supra*, que o entendimento dos diversos autores diverge com relação à esta questão.

---

<sup>110</sup> Luís Leitão – *in Dicionário Jurídico da Administração Pública*. 2001, p. 91 e ss; Carlos Ferreira de Almeida – *Os Direito dos Consumidores*. Almedina. 2005, p. 51; Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2011, p. 19; António Menezes Cordeiro – *Da Natureza Civil do Direito do Consumo. In Estudos em Memória do Professor Doutor António Marques dos Santos*. Vol. I. Almedina, 2005, pp. 675 – 712.

<sup>111</sup> António Pinto Monteiro – *in Revista Sub Judice, Justiça e Sociedade*. N.º 24. (Janeiro/Março de 2003): O estado do Direito do Consumidor. p. 7.

<sup>112</sup> José de Oliveira Ascensão – *in Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8. (2006/2007) p. 32.

<sup>113</sup> Luís Leitão – *in Dicionário Jurídico da Administração Pública*. 2001, p. 99.

<sup>114</sup> Vide João Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 60.



Para a proteção e defesa dos cidadãos, que se expõem ao domínio dos profissionais poderosos financeiramente, muito evoluídos tecnicamente e robustamente informados, se relacionam com estes, foi-se forjando, perante uma imposição da necessidade de proteção social, regras que visem aguaritar os mais fracos na relação jurídica de consumo.

Obviamente, que são relações reguladas a nível do direito civil, mas que pela sua natureza perpassam o contorno da teoria civilística caracterizando-se como multidisciplinar. Seguindo esta linha de pensamentos, justifica-se por isso o ajustamento dessas regras, transversais, à uma nova área de direito que seja dedicada especificamente à esse objeto. Claramente o direito é do consumidor que faz o seu uso, empregando-o contra a sua contraparte da relação de consumo, com vista ao reequilíbrio das posições contratuais desniveladas. Pois, a terminologia direito do consumidor parece-nos efetivamente mais adequada.

## 2. ENQUADRAMENTO

Por causa da sua transversalidade, o enquadramento do direito do consumidor como um ramo autónomo de direito não se vislumbrou fácil de conseguir, apesar de ainda hoje existir quem contrarie essa ideia. Embora pudesse enquadrar e ser aceite em qualquer um dos ramos de direito<sup>115</sup>, a verdade é que isto poderia significar um pesado decréscimo do seu âmbito transversal ou uma esclerótica demissão do seu fim proposto.

Uns questionam porque não o seu enquadramento no direito económico. Se assim fosse, estar-se-ia a centrar o direito do consumidor no consumo<sup>116</sup> – função económica da atividade de mercado –, desvirtuando a sua *ratio* que tem como propósito a proteção do consumidor.

Outros entendem suficiente e justificada a sua absorção pelo direito administrativo. Ora, apesar do direito administrativo poder se expressar em nome dos direitos dos consumidores, seria nada mais nada menos que complementar, já que esse ramo de

---

<sup>115</sup> Já que “...*integra normas de vários ramos do direito e tem alguma afinidade com outros direitos.*” V. Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. Coimbra. Almedina. 2012, p. 36.

<sup>116</sup> O consumo é definido pelos economistas como a função de satisfação das necessidades, sendo assim entendido como razão última da ciência económica, o termo final do ciclo económico, para onde se orientam a produção e a distribuição.

direito público não pode engolir por completo o direito do consumidor – este assente na natureza privativa e de vocação bipolar (particular e coletiva). O direito administrativo deve ocupar-se da organização e funcionamento das instituições (públicas) de defesa dos consumidores.<sup>117</sup>

Há ainda quem aceitasse uma regulação do direito do consumidor pelo direito comercial. Ora, o direito comercial assenta, fundamentalmente, no fornecedor enquanto comerciante sujeito da atividade comercial ou na perspectiva de atos de comércio praticados pelo mesmo. Quer numa quer noutra perspetiva o enfoque é colocado do lado do fornecedor, o que seria descaracterizar por completo o objeto do direito do consumidor e pirraçar o seu fim. Já que, como informou José de Oliveira Ascensão, não parece “...*facilmente configurável* considerar o *consumidor isolado, fora da relação com o fornecedor...*” (profissional) – este que é indispensável para a qualificação do sujeito adquirente de bem, serviço ou direito como consumidor.<sup>118</sup>

Não obstante estas saliências, o direito do consumidor toca em todos os ramos de direito, ou se não, pelo menos tem uma relação de propinquidade. Destarte, existem normas penais e contraordenacionais que punem os causadores de determinadas lesões contra os direitos dos consumidores. Está ainda, evidentemente, presente nos direitos adjetivos – processuais.

Não falta, porém, e aqui compreende-se melhor, quem defenda a sua integração no direito civil. Contudo, neste estágio a coisa tem de ser encarada com maior prudência. Pois, o direito civil é abastecido de normas protetivas onde o direito do consumidor se integra com muita autenticidade na aldeia dos negócios jurídicos (contratos) e das obrigações.<sup>119</sup> O autor Jorge Morais Carvalho<sup>120</sup> adita-lhe, e bem, a *responsabilidade civil extracontratual*, que nalgumas normas aproxima-se do direito do consumidor. Resta-nos saber se essas normas *protetivas* do direito civil são coabitáveis com a natureza «segmentária» dos direitos dos consumidores e a sua necessidade de proteção. O que não nos parece de todo possível.<sup>121</sup>

---

<sup>117</sup> “*Direito administrativo de consumo...*” como designa Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2012, p. 37.

<sup>118</sup> Para maiores desenvolvimentos ver José de Oliveira Ascensão – *in Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8. (2006/2007) pp. 33 – 34.

<sup>119</sup> Hilário Garrido – *Reflexões Jurídicas – Direito e Política*. 2014, p. 66.

<sup>120</sup> Jorge Morais Carvalho – *Manual de Direito do Consumo*. 2014, p. 20.

<sup>121</sup> Desde já, defende António Pinto Monteiro, que a inclusão do direito do consumidor no Código Civil pode negar-lhe alguma da sua identidade, autenticidade e unidade, porquanto tratando-se de um direito de natureza multidisciplinar ele deve, à condição de manter-se uno e com identidade própria, englobar

O direito do consumidor tem uma característica peculiar de proteção de uma das partes (determinada) do contrato, o que se desfigura no contexto do direito civil, já que neste ramo do direito se prima pela igualdade de partes. O que equilibra as relações de direito civil é a igualdade que, para além de ser formal, é fácil de se conseguir materialmente. Distintamente, são as normas do direito do consumidor (restritivas da liberdade contratual) que, exatamente, oferecem esse equilíbrio de posição entre as partes na relação jurídica de consumo. Mais do que conformar, é inevitável que a tutela dos direitos dos consumidores deva trilhar o caminho da adequação dos institutos jurídicos tradicionais da proteção do Código Civil à realidade material da relação jurídica de consumo, naturalmente desigual, por um lado, e por outro a limitação da autonomia privada – sustentação da teoria civilística.<sup>122</sup> Assim, não podendo modificar todo o direito civil unicamente para solver os problemas que escapam aos atuais quadros de proteção civis, obviamente que a solução passa pela regulamentação destas novas situações jurídicas fora do âmbito do direito privado comum.

Numa análise objetiva, a proibição civil de alguns comportamentos, que são punidos como vícios contratuais, pode garantir a proteção dos consumidores, enquanto partes de uma relação obrigacional. Porém, apesar dessa garantia ser possível e muitas vezes aproveitada (indiretamente) pelos consumidores na defesa da sua posição, ela foi genuinamente construída a pensar numa relação tipicamente igualitária. O que não se sucede, nem de perto nem de longe, na relação de consumo, pois nesta, uma das partes tem uma posição prematuramente inquinada. Disto decorre o interesse na criação de normas específicas de uma disciplina jurídica com vista a aguaritar, não qualquer uma das partes, mas uma parte bem identificada – o consumidor.<sup>123</sup>

---

normas pluridisciplinar – penal, administrativo, civil, processuais, etc. – o que colocaria em questão a ideia madre do Código Civil concebido há uma “caterva” de anos e com uma filosofia que lhe é peculiar. Soma-se à isso, ainda, a questão das matérias conexas ao direito do consumidor que não tenha como objeto, mas desde que implique a defesa dos seus interesses, devendo constar assim, nessa nova ala do direito. “O Direito do Consumidor é um direito em torno do consumidor.” Cfr. *In Revista Sub Judice, Justiça e Sociedade*. (Janeiro/Março de 2003) N.º 24 : O estado do Direito do Consumidor. pp. 7-13.

<sup>122</sup> António Pinto Monteiro – *Do Direito do Consumo ao Código do Consumidor*. 1999, pp. 209 e ss.

<sup>123</sup> Normas estas, que à partida, destacam-se do padrão das normas do Código Civil, direito privado comum, pelo seu grau de restrição mais preciso da liberdade contratual, como aliás é recebida na teoria do direito civil.

### 3. JUSTIFICAÇÃO DA AUTONOMIZAÇÃO

A dimensão enviesada do direito do consumidor, roçando tangencialmente em todos os ramos de direito e com especial âmago no direito civil, custa-lhe a aceitação de muitos autores como ramo autónomo.<sup>124</sup> Porém, a sua construção normativa coesa, coerente e harmónica<sup>125</sup> colimando um acabamento bem resoluto – a proteção do consumidor –, deve valer-lhe, naturalmente, algum fôlego independentista.<sup>126</sup> Ao que nos alinhámos.

Na lista dos contra, destacamos Carlos Ferreira de Almeida<sup>127</sup> na linha da frente, que desde o início vem combatendo essa ideia, sustentando a opinião de que as matérias, que agora referimos como do direito do consumidor, devem ser encaixadas no lago do direito comercial funcionando o direito civil subsidiariamente como o amparo, enquanto direito privado comum (e supletivo).

O estudo de José Oliveira Ascensão,<sup>128</sup> todo ele dedicado a críticas à codificação e, por colateralidade, à autonomização do direito do consumidor enquanto um ramo emancipado de direito, propõe a sua integração no direito civil, *madre* da estabilidade das questões relacionadas com as pessoas, *cives*. Entende ainda o autor, que “...o direito civil é um direito comum do homem comum...” e defende que “...um código de direito do consumidor abriria concorrência ao código civil...” deixando sobressair, dolosamente, a noção da possível divisão que viria provocar a codificação do direito do consumidor e adiaría *sine die* a tão desejada reforma do código civil.

Mesmo que se possa entender a procedente preocupação com uma possível divisão – *deapuração* –<sup>129</sup> do direito civil, que a autonomização do direito do consumidor pode registar<sup>130</sup> e uma desinteressada duplicação de matérias face aos ramos com os quais

---

<sup>124</sup> Repara-se que Carlos Ferreira de Almeida admite a especificidade de alguns aspetos referentes aos direitos dos consumidores, mormente da sua proteção, mas afirma não ser “bastante” para a sua autonomização e sim merecedora de um tratamento próprio. Cfr. *Os Direitos dos Consumidores*. 1982, p. 232; também José de Oliveira Ascensão – *in Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8. (2006/2007) pp. 36 e seguintes.

<sup>125</sup> Jorge Pegado Liz – *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 290.

<sup>126</sup> Luís Leitão – *in Dicionário Jurídico da Administração Pública*. 2001, p. 94 e ss; Jorge Morais Carvalho – *Manual de Direito do Consumo*. 2014, pp. 19 e ss; Rui de Alarcão – *Centro de Direito do Consumo*. N.º 8 (2006 / 2007) pp. 23 e ss.

<sup>127</sup> Carlos Ferreira de Almeida – *Os Direitos dos Consumidores*. 1982, p. 235.

<sup>128</sup> V. José de Oliveira Ascensão – *in Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8. (2006/2007) pp. 29-49.

<sup>129</sup> Cfr. José de Oliveira Ascensão – *in Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8. (2006/2007) p. 46.

<sup>130</sup> Aliás, o cerne da preocupação de António Pinto Monteiro é orbitada entre uma a) possível fracturação do direito civil; b) a bi-regulação de uma mesma situação consoante a posição jurídica do consumidor ou não, e c) a tremenda dificuldade de delimitação do âmbito da proteção do consumidor *tout court*. V. *In Revista Sub Judice, Justiça e Sociedade*. (Janeiro/Março de 2003). N.º 24 : O estado do Direito do Consumidor. pp. 7-13.

tem uma íntima afinidade, direito comercial posicionando-se na linha dianteira, para além de não se admitir que haja lugar a fracção dessas matérias, a incongruência que possa derivar da sua submissão ao direito comercial ou civil revela-se bem maior. Vejamos.

Para demonstrar que é praticável a separação de águas entre o direito comercial (atos de comércio) e o direito do consumidor (proteção do consumidor) prestemos atenção no seu fundamento. O direito comercial é encerrado na lógica interpretativa do comerciante, obviamente a contraparte profissional, tecnicista e informada da relação de consumo com o consumidor – profano e desprotegido –, o que nessa linha de pensamento, o transforma no sujeito contra o qual o direito do consumidor quer exercer a força enquanto contrapoder. Parece-nos, pois, ilógico que se pretenda regular neste direito a proteção do consumidor, porquanto a sua preocupação é efetivamente colocada sobre o personagem de fornecedor.

Opostamente ao direito comercial, o direito do consumidor quer regalar destaque, claro, protagonizando o personagem frágil e desvalido da relação, que merece uma proteção especial na defesa dos seus direitos e interesses económicos.<sup>131</sup> Em concreto, o direito do consumidor, na nossa tímida opinião, toma parte para umas das partes<sup>132</sup> da relação de consumo, posicionando-se, evidentemente, ao lado como coadjuvador do contraente mais débil e desprotegido contra as eloquentes investidas comerciais do profissional, claramente mais forte e bem municiado. Numa palavra, o direito do consumidor quer proteger o sujeito débil, parte da relação de consumo, contra o comerciante, a quem o direito comercial dá destaque.

Por outra, não negamos, e isto é óbvio, que as relações de consumo são matérias do direito civil<sup>133</sup> – sede das relações privadas. A verdade é que o alicerce do direito civil assenta-se na autonomia da vontade privada agravadas pela “tergémia” da liberdade, igualdade e fraternidade que foram desenhadas pela Revolução Francesa. Somos forçados, por isso, a afirmar que o direito do consumidor mora perto, senão dentro da casa “direito civil”, porém, por mais que esforços sejam feitos por alguns doutrinadores

---

<sup>131</sup> Cfr. Pinto Monteiro – *Do Direito do Consumo ao Código do Consumidor*. 1999, pp. 211 – 212.

<sup>132</sup> Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2012, p. 84: “...Proteção de interesse de uma das partes. A proteção de uma parte contra a outra resulta da ideia correta de que, em muitos contratos, uma das partes é tendencialmente mais fraca do que a outra... Assim, presume-se que o consumidor é mais fraco que o profissional...”.

<sup>133</sup> Raúl Carlos de Freitas Rodrigues – *O Consumidor no Direito Angolano*. 2009, p. 175; António Menezes Cordeiro – A Tutela do Consumidor de Produtos Financeiros. In *Liber Amicorum Mário Frota: A causa dos direitos dos consumidores*. Almedina. 2012, p. 51: “...O Direito do consumo é, fundamentalmente, matéria civil.”

para explicar o dissemelhante, as suas funções são divergentes, pela sua especialidade,<sup>134</sup> quer das ocupações do direito civil, quer ainda das missões do direito comercial.

Na verdade, a grande questão desse novo ramo de direito em afirmação tem o seu escopo na defesa de uma parte contratual, que embora tendo, em abstrato, os mesmos poderes negociais e de decisão, esse poder fica fragilizado pela sua ignorância face ao profissionalismo da sua contraparte poderosa em vários aspetos. Essa realidade se afasta do direito civil, embora neste preocupa-se com todas as relações contratuais do foro cível, independentemente dos sujeitos serem ou não profissionais, e onde a matriz é da igualdade e autonomia privada sem que haja nenhum tipo de influência estranha aos protagonistas.

A aplicação desse quadro à relação de consumo é claramente hostilizante para os direitos e interesses dos consumidores, já que nunca, ou quase nunca, conseguem valer-se, verdadeiramente, dessa qualidade, que em teoria a lei lhes confere. Esta disciplina jurídica, direito do consumidor, é, como lhe chama João Calvão da Silva,<sup>135</sup> uma disciplina multicolor, porque no seu caminho roça e é pintado por vários ramos do direito, que se veem envolvidos ou tocados pela relação intersubjetiva de consumo.

Por conseguinte, estas razões validam, a nosso ver, a proeminência da carência do direito do consumidor como um ramo autónomo da ciência jurídica, o direito.<sup>136</sup>

Todavia, essas características não limitam à circunscrição do tema da especificidade e autonomia científica do interesse defendido pelas suas normas e pelo princípio comum essencial da reintrodução do equilíbrio inexistente. Desligado ou a montante dessa questão científica (dogmática), se pode discutir a autonomia formal ou legislativa ou didática do direito do consumidor.

A questão da autonomia formal ou legislativa é levantada no sentido do direito do consumidor poder ou não ser integrado como parte do direito civil. Uma integração legislativo-formal das normas do direito do consumidor na extensão do direito civil, que resultaria da sua integração científica neste, a nosso ver seria catastrófica pela incapacidade de absorção pelo direito civil de todas as normas protetivas do

---

<sup>134</sup> É importante salientar que mesmo quem é contra a sua autonomização, como é o caso de Carlos Ferreira de Almeida, concorda que as matérias do direito do consumidor são específicas.

<sup>135</sup> Cfr. João Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990.

<sup>136</sup> Cfr. Jorge Pegado Liz – *Tendências Internacionais e Nacionais da Política de Proteção dos Consumidores – a posição de Portugal*. 2011, p. 19.

consumidor. Reconhece José de Oliveira Ascensão<sup>137</sup> que só do direito civil, o direito do consumidor enquadra matérias tanto das Obrigações e dos Contratos como dos institutos da “Teoria Geral” e dos “Direitos Reais”. O que constituiria uma objeção, desde já, à edificação de uma «Parte ou Livro» destinado a regulação dos direitos dos consumidores. Por outro lado, uma dispersão das normas do direito do consumidor ao longo do Código Civil seria dificultada pela sua transversalidade e bem assim resultaria na redução e desfalque do âmbito, da natureza e da autenticidade do direito do consumidor.

Sobre a questão da autonomia didática oferece-nos perceber se o direito do consumidor devesse integrar cientificamente o direito civil e ser objeto autónomo no estudo e ensino como uma disciplina jurídica especial, como defendem alguns autores. Ora, uma vez autónomo cientificamente, constituindo uma ciência jurídica independente regulada autonomamente é consequente a autonomia didática do direito do consumidor. Não fazendo parte do conteúdo científico do direito civil nem integrando a sua estrutura legislativa-formal, faz-se *jus* ao ensino do direito do consumidor como uma disciplina jurídica própria. No entanto, as razões de motivação do surgimento de normas jurídicas protetivas do consumidor fazem desentranhar o seu objeto de estudo da discussão sobre a sua autonomia científica. Como bem informa Jorge Morais Carvalho<sup>138</sup> independentemente da autonomização ou não do direito do consumidor, a verdade é que as relações de consumo existem e são factuais, por isso “...o estudo da problemática do consumo, na ótica do direito, não está diretamente relacionado com a consagração do direito do consumo como ramo autónomo.”

---

<sup>137</sup> José de Oliveira Ascensão – *in Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8. (2006/2007) p. 44. “No direito do consumidor manifestam-se muitos institutos civis, que não há motivo para manter segregados num corpo à parte.”

<sup>138</sup> V. *Manual de Direito do Consumo*. 2104, p. 21.

## SECÇÃO III – OS DIREITOS, GARANTIAS E PROTEÇÃO JURÍDICA: DIREITOS FUNDAMENTAIS DOS CONSUMIDORES

### 1. OS DIREITOS DOS CONSUMIDORES COMO FUNDAMENTAIS NA CRP

Tanto é tarefa do Estado proteger o consumidor, quanto é um direito fundamental do consumidor gozar de proteção estadual.<sup>139</sup> Neste quadro, nos oferecerá abordar os direitos dos consumidores, constitucionalmente consagrados em Portugal, nas suas vertentes formativa, informativa e protetiva.

Como sabemos, entre nós, os direitos fundamentais plasmados na “Parte I” têm conotação ou de direitos, liberdades e garantias – do Título II – ou de direitos económicos, sociais e culturais – do Título III – na Constituição portuguesa.<sup>140</sup> Os direitos fundamentais dos consumidores, naturalmente, estão densificados na Constituição portuguesa no perímetro dos direitos económicos, sociais e culturais da *constituição da pessoa*.<sup>141</sup> Vertendo, desta feita, várias dimensões incorporadas nas vertentes da qualidade dos produtos, formativa, informativa, protetiva (da saúde, da segurança e dos interesses económicos), bem como na vertente “reparativa” – esta a concretizar-se quando se verifica danos.<sup>142</sup>

Para José Casalta Nabais<sup>143</sup> a deslocação da proteção dos consumidores do espaço da constituição económica para o âmbito da constituição da pessoa, tem por finalidade

---

<sup>139</sup> Não é «oca» a norma constitucional que impõe ao Estado português como tarefa fundamental a *proteção dos interesses económicos e sociais dos cidadãos* nem tão-pouco a disciplina do art. 1.º da Lei n.º 24/96, Lei de Defesa dos Consumidores, que estatui o “*Dever geral de proteção*” como incumbência do Estado. Pois, o direito dos consumidores à proteção configura-se mais do que uma mera tarefa do Estado e toma a forma de direito fundamental da pessoa humana se enquadrando nos Direitos Económicos, Capítulo I do Título III dos Direitos Económicos, Sociais e Culturais. A Carta dos Direitos Fundamentais da UE determina no seu artigo 38.º, que os direitos dos consumidores é merecedor de um “...*elevado nível de defesa*.” Ver também o que diz José Carlos de Andrade – Os direitos dos consumidores como direitos fundamentais na Constituição portuguesa de 1976. *In Estudos de Direito Do Consumidor*. N.º 5 (2003) pp.139 e ss.

<sup>140</sup> O que na Constituição são-tomense acresce-lhes ainda o Título IV referente aos direitos cívico-políticos.

<sup>141</sup> Afirma ainda José Casalta Nabais que “...*a partir do momento em que a proteção dos consumidores passou a ser constitucionalmente configurada em termos de direitos fundamentais, a sua localização na constituição económica a título, portanto, de incumbências estaduais, tenha perdido alguma importância, uma vez que tais incumbências acabaram, em larga medida, contempladas na dimensão objetiva daqueles direitos*...” Cfr. O Estatuto Constitucional dos Consumidores. *In Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Sérvulo Correia*. Vol. I. 2010, p. 479.

Repara-se, que neste prisma ele pretende relevar a duplicidade de consagração constitucional da proteção dos consumidores, quer ao nível da *constituição da pessoa* «humana» (Parte I – Direitos e Deveres Fundamentais) quer em sede da *constituição económica* (Parte II – Organização Económica).

<sup>142</sup> Ver artigo 60.º n.º 1 da Constituição de Portugal.

<sup>143</sup> V. *In Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Sérvulo Correia*. Vol. I. 2010, pp. 482 e ss.



a colocação de direitos na esfera individual, ou se preferirmos subjetiva,<sup>144</sup> de cada consumidor. Nesse sentido, passa-se do estágio de uma consagração programática do legislador para uma imposição da obrigação da sua elaboração legislativa (feita pelo próprio legislador constitucional ao legislador ordinário)<sup>145</sup> para disciplinar esses mesmos direitos, que ele cria na esfera jurídica de cada consumidor. Repare ainda, que enquanto as normas programáticas se limitam a cometer tarefas legislativas ao legislador, que o fará quando e como quiser, dependendo da sua orientação política, neste prisma dos direitos dos consumidores é imposto ao legislador, para além da obrigatoriedade de atuação, um quadro «orientativo» dentro do qual deverá produzir regras jurídicas em conformidade com as devidas diretrizes materiais das normas constitucionais ou com o resultado da sua interpretação.

Todavia, diferente dos preceitos relativos aos direitos, liberdades e garantias, que podem ser interpretados e aplicados direta e imediatamente pelos operadores jurídicos, mormente a administração, os tribunais e os particulares, aqui – nos direitos económicos, sociais e culturais – apenas se abre uma brecha para forçar a atuação na concretização legislativa por parte do Estado. É claro que a existência de direitos subjetivos dá lugar à reclamação da sua ameaça ou violação. Ademais, como a própria lei constitucional admite – artigo 52.º (n.º 3 al. a) da CRP referindo-se *ipsis verbis* aos direitos dos consumidores).

Em comparação, numa escala de total «blecaute» está a Constituição são-tomense, que nem se quer consagra como fundamental os direitos dos consumidores. Nem como fundamental nem como coisa alguma, podemos revirar a Constituição são-tomense e não há a menor alusão objetiva, direta e concreta a tais direitos. A despeito do que acabamos de ver na realidade portuguesa, apontamos que no caso particular de STP, em nada podemos ater-nos para exigir uma atuação urgente do Estado (poder legislativo) quanto à matéria dos direitos dos consumidores. Uma vez que inexistente qualquer determinação constitucional comprometedor no sentido da imposição de uma realização legislativa para a aplicação dos direitos dos

---

<sup>144</sup> José Casalta Nabais – in *Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Sérvulo Correia*. Vol. I. 2010, p. 491: “...os direitos dos consumidores são verdadeiros direitos fundamentais subjetivos e os preceitos que os consagram são verdadeiras normas constitucionais imperativas.” Acompanhado por José Carlos de Andrade – Os direitos dos consumidores como... Cfr. *In Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 5 (2003) p. 140.

<sup>145</sup> Essa obrigação resulta do *dever de legislar* sancionado pelo mecanismo de garantia da fiscalização da *inconstitucionalidade por omissão* (artigo 283.º da CRP e 148.º CSTP). “*Imposição legislativa concreta...*”, cfr. José Carlos de Andrade – in *Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 5 (2003) p. 150 e ss.

consumidores, resta-nos tão-somente a modéstia posição de pressionar o poder para que tal aconteça.<sup>146</sup>

É o próprio legislador constitucional português que obrigou o legislador ordinário no *dever de legislar*, ao quadrar os direitos dos consumidores no âmbito dos direitos fundamentais potencialmente subjetivos. Ora, a Constituição são-tomense apenas reconhece, *grosso modo*, “a promoção e efetivação dos direitos económicos e sociais”<sup>147</sup> – onde estão incluídos tacitamente os direitos dos consumidores, como tarefas do Estado, atribuindo-lhes o estatuto de meras normas programáticas, não sendo estas passíveis de exigência concreta de legislação pelo *dever de legislar*, pois se enquadram no âmbito das matérias «largadas» à vontade política.

Resta, desse emaranhado todo de omissões, sublinhar a evidência da garantia geral do acesso aos tribunais (artigo 20.º da nossa Constituição), que embora fundamental, é claramente insuficiente para avalizar a proteção dos consumidores, porquanto os seus direitos não estão definidos expressamente em nenhuma legislação, e por isso, a não ser por engenhos de ricocheto, como atrás vimos alguns exemplos, não serão exequíveis.<sup>148</sup>

É caso para se falar num emudecimento ensurdecador da Constituição de STP,<sup>149</sup> que deixa órfãos de proteção jurídico-legislativa os consumidores abandonados ao arripio dos poderes negociais dos profissionais – os fornecedores e prestadores –, que na sua busca intensa pelo aumento dos lucros (muitas vezes) ignoram os meios.

Vemos isso no debate do direito do ambiente, porque seria diferente neste campo?

Uma das lutas do direito ambiental prende-se, justamente, com a intransigência dos agentes económicos que ignoram as consequências das suas ações, quando está em jogo a obtenção de mais lucros. Nesta extensão do direito, o que se exige é que se tenha sempre em mente, também a premente necessidade da compatibilização entre

---

<sup>146</sup> Outra vez mais, diferentemente de Portugal, não podendo aferir a inconstitucionalidade por omissão neste caso, como aceita-se em comparação, por exemplo, já no que se refere a transitoriedade das normas da Parte V referentes às Disposições Finais e Transitórias em vigor há mais de onze, parece ser possível a arguição da inconstitucionalidade por omissão. Defende o autor Hilário Garrido – *Reflexões Jurídicas – Direito e Política*. 2014, p. 238.

<sup>147</sup> V. Art. 10.º al. b) da CRDSTP.

<sup>148</sup> Bem refere Luís Pais de Sousa, que “...o acesso ao direito e aos tribunais não se basta com simples intenções programáticas, ainda que plasmadas no texto constitucional.” In *Revista Portuguesa de Direito do Consumo, A Educação para o Consumo e o Acesso ao Direito*. p. 117.

<sup>149</sup> Dizemos da Constituição, por ser a lei fundamental e conformadora, porém poderíamos ter dito de todo o sistema jurídico-legal são-tomense, que ignora e, pelos vistos, banaliza as delicadas questões do direito do consumidor.

a exploração dos bens ambientais com os objetivos ecológicos, para assim, se preservar o património ambiental global. Mas o que se tem percebido é que essa imbricação num mesmo ponto coloca sempre a necessidade de exploração racional dos bens ambientais a perder perante o desejo «egoísta» de alcançar mais lucro.<sup>150</sup>

No âmbito do direito do consumidor a coisa não passa a ser diferente, – é também a “necessidade” dos agentes económicos em vender os seus *stocks* numa sociedade de consumo cada vez mais complexa, que nos obriga a reclamar a favor dos consumidores, frágeis e desprotegidos, uma efetiva e maior proteção.

Destarte, a disciplina dos direitos elementares dos consumidores, como vimos, tem vários domínios ou níveis de intervenção. Neste exercício oferece-nos, assim como propusemos, acostar na tríade dos direitos à formação, informação e proteção jurídica, em toda a sua extensão, dos consumidores.

## 2. O DIREITO À FORMAÇÃO E À EDUCAÇÃO

Dizer direito à formação ou direito à educação vem redundar na mesma substância. O mecenato a que está adstrito o direito do consumidor à ser educado, desponta para um perímetro maior do que o simplório, mas indispensável, esclarecimento do guia de utilização ou das precárias instruções sobre o uso dos produtos, que vêm nos rótulos. Confrontado com as modernas formas de produção, avolumam as razões de escoltar os consumidores na sua educação.<sup>151</sup> Citando o sociólogo francês, *Robert Rochefort*, Mário Beja Santos<sup>152</sup> reproduz a ideia daquele autor de que “...*comprar, poupar, pedir crédito, descodificar a publicidade, compreender um contrato de telemóvel, estar atento aos desafios das compras, são coisas que deveriam também ser ensinadas.*” Este esforço comparatístico do autor com a necessária aprendizagem feita à volta do “...*falar, escrever, contar, raciocinar...*” abrilhanta bem, a dimensão, ou melhor dizendo, o espaço de raio de ação a que deve ocupar-se o direito à formação ou à educação.

---

<sup>150</sup> Branca Martins da Cruz – Avanços e Retrocessos do Direito do Ambiente na Europa Comunitária: Análise Crítica da Diretiva 2004/35/CE relativa à Responsabilidade Ambiental. In *Revista Direito e Liberdade*. 2005.

<sup>151</sup> Assim, são inúmeras outras questões que se levantam, e são legitimamente merecedoras de respostas, pautando pela segurança e defesa dos interesses dos consumidores. Cfr. Mário Beja Santos – *Consumidor Diligente, Cidadão Negligente – Olhares sobre o mercado atual e as tendências de consumo*. 2010, pp. 40 e ss.

<sup>152</sup> Cfr. *Consumidor Diligente, Cidadão Negligente – Olhares sobre o mercado atual e as tendências de consumo*. 2010, p. 19.

Os consumidores devem ser formados para melhor se posicionarem na relação com os seus contraentes profissionais. No sistema português é a lei<sup>153</sup> que obriga o Estado e os seus aparelhos administrativos e demais entes públicos a adotarem políticas formativas visando a capacitação dos consumidores com vista a colocarem-se em pé de igualdade material com os profissionais. À esta altura, cremos que já não se trata de “tabu” afirmar que a igualdade material na relação de consumo é uma ficção<sup>154</sup> da igualdade formal, ou seja, o equilíbrio de posições das partes na relação de consumo é meramente ilusão legislativa.<sup>155</sup>

O conceito de consumidor para efeito da formação e educação é tão extenso a ponto de nele a lei incluir todos, pois os seus destinatários são indiscriminados. É reservado ao Estado uma participação positiva no sentido de agir com os diferentes meios postos ao seu dispor pela tecnologia, telemática, Rádio, TV, etc. A educação do consumidor é estonteantemente dum relevante importância, por ser um meio de exercício de uma cidadania participativa, que fica a cargo do próprio Estado executar tal tarefa.<sup>156</sup> É fatal, sonegar a proeminência do direito do consumidor à formação, porque de nada vale ter direitos se o seu sujeito não os conhecer nem souber como os usar. Seria semelhante a ter uma casa e não ter as chaves.

### 3. O DIREITO À INFORMAÇÃO

Quanto à informação, esta também é encargo do poder público em todas as suas extensões, no que se refere à informação em geral. Para este desígnio o Estado deve criar e incentivar a constituição de instituições e associações de defesa dos consumidores, aproveitar os meios de comunicação social para a divulgação de informações relevantes para o interesse dos consumidores.

---

<sup>153</sup> Repara-se que a LDC, no seu artigo 6.º dedicado ao direito à formação e à educação, comete ao Estado várias incumbências, onerando-o desde logo, no quadro das suas políticas de proteção dos consumidores, com o encargo tanto de educação destes como de apoio às iniciativas das associações de consumidores.

<sup>154</sup> Jorge Pegado Liz designa mesmo como pertencente *ao domínio da «confabulação» ou da «mitologia» jurídica*. V. *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 221.

<sup>155</sup> Uma ilusão admitida frontalmente pelo próprio legislador português. Está expresso no ponto 3 do Preâmbulo do DL n.º 446/85 de 25 de Outubro.

<sup>156</sup> Admite Vitor Cabeça, Chefe de Divisão de Formação do Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, que a educação do consumidor “...constitui condição indispensável ao exercício de uma cidadania responsável nas sociedades modernas...”, podendo no seu entender até mesmo “...afirmar que é condição sem a qual os outros direitos dos consumidores não terão eficácia a nível individual.” *In Revista Portuguesa de Direito do Consumo. A Educação para o Consumo e o Acesso ao Direito*. N.º 80 (2014) p. 174.

Sem negar a sublime responsabilidade do Estado e de outras entidades públicas no dever de informar os consumidores,<sup>157</sup> esta incorpora em si outra dimensão, ainda mais melindrosa, vertida em dois sentidos, positivo e negativo.<sup>158</sup> Negativamente, proibindo e penalizando os profissionais pelo uso e prestação de informações falsas ou dúbias que possam fragilizar ainda mais o poder negocial dos consumidores. E, no sentido positivo, da obrigatoriedade de prestação de informações verdadeiras, completas, claras, objetivas e adequadas para uma tomada de decisão consciente por parte dos consumidores.<sup>159</sup> Nega-se a informação mentirosa e se releva a obrigação de prestar informação rigorosa e completa. A violação deste encargo pode dar lugar aos dispostos nos artigos 8.º, n.º 4 da LDC e do 239.º do C. Civ., segundo os quais o consumidor que se vê serrotado de informações a que tinha direito, pode retratar-se da sua decisão negocial.<sup>160</sup>

A realização do sentido positivo do direito à informação, dá cumprimento, igualmente, aos artigos 227.º e 762.º/2 ambos do C. Civ., que impõem uma atuação de boa fé dos intervenientes, tanto nos preliminares como na execução das obrigações contratuais.

O núcleo duro desse direito será a sua pretensão em evitar que a decisão do consumidor seja tomada em condições que embaraçam um juízo preventivo e acertado com as suas necessidades.

Por conseguinte, não seria de admitir que o *onus* do dever de informar recaísse sobre a parte profana, consumidor, que numa posição de inferioridade da cognição dos meios técnicos e económicos, tivesse que ainda assim, encomendar as informações necessárias a respeito do bem, produto ou serviço. A lei incuta, declaradamente, que sejam prestadas informações “...sobre as características, composição e preço do bem ou serviço, bem como sobre o período de vigência do contrato, garantias, prazos de entrega e assistência técnica após o negócio...”, e bem assim, sobre “...os riscos para

---

<sup>157</sup> Artigo 7.º referente ao dever de informação em geral.

<sup>158</sup> Sentidos do artigo 8.º da LDC: dever de informar e de informar bem e cabalmente.

<sup>159</sup> V. Acórdão do STJ de Portugal n.º 4501/98 de 28/01/1999, relator Ferreira de Almeida.

<sup>160</sup> Situação diferenciada do direito do arrependimento. V. David J. G. Falcão – *Notas sobre Direito do Consumo e Compilação de Legislação Conexa*. 2012, p. 17 e ss; e acompanhado Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2012, p. 392-3, que denuncia a indicação de motivo (falta de informação, informação insuficiente, ilegível ou ambígua) do art. 8.º n.º 4 como incaracterístico do direito do arrependimento, que para estes autores enquadra, agora sim, por exemplo, o preceito do artigo 9.º n.º 7 da LDC.

Repara-se ainda, que Jorge Morais Carvalho caracteriza o direito de arrependimento, na atualidade, como “...uma das figuras jurídicas mais emblemáticas e do direito do consumo.” p. 389.

a saúde e segurança dos consumidores.”<sup>161</sup> É de esperar que a iniciativa dessa complexa prestação informativa esteja a cargo do fornecedor ou prestador.<sup>162</sup>

Merece na mesma medida, da nossa parte, uma interessante saliência sobre a responsabilidade solidária no cumprimento do dever de informar. Essa obrigação não é gerada na relação final, entre o distribuidor, fornecedor ou prestador e o consumidor, mas é um dever que tem o seu berço no produtor, como ademais é óbvio – artigo 8.º n.º 2 e 5 *in fine* da LDC.

Do incumprimento deste dever, ou se quisermos, da violação do direito do consumidor à informação, resulta sempre a possibilidade de retratação do negócio por parte do consumidor. Sobrando ainda para o violador ou violadores, da aplicação *ex vi* do artigo 8.º n.º 5 da LDC, a responsabilidade civil pelos danos causados – artigos 483.º e seguintes do Código Civil.<sup>163</sup>

#### **4. O DIREITO À PROTEÇÃO JURÍDICA DOS BENS E INTERESSES ECONÓMICOS**<sup>164</sup>

Como muito bem refere José Casalta Nabais,<sup>165</sup> o direito dos consumidores à proteção jurídica, ademais o núcleo concentrado de todos os direitos dos consumidores, não se configura num direito genuíno da pessoa humana, adquirido à nascença e enquadrado apenas pela sua simples natureza humana. Estes serão os direitos do homem anteriores e superiores ao próprio Estado, que nada mais faz do que limitar-se a reconhecê-lo e consagrá-lo como «soberanos» direitos da pessoa humana na categoria dos direitos fundamentais, intangíveis e inalteráveis.

Ora, *a contrario sensu*, os direitos dos consumidores advêm, não da sua condição de pessoa humana, mas fruto de um estatuto conquistado pelo seu envolvimento, intervenção ou participação numa relação jurídica, claro está, de consumo. A qualidade de consumidor reconhecido como um sujeito pela Constituição, obriga a que se lhe atribua direitos e deveres. Mas a questão se levanta quanto à

---

<sup>161</sup> Injunções das normas dos n.ºs 1 e 3, respetivamente, do art. 8.º da LDC.

<sup>162</sup> V. Acórdão do STJ de Portugal n.º 4501/98 de 28/01/1999, relator Ferreira de Almeida.

<sup>163</sup> Livro II (Direito das Obrigações), Título I (Das Obrigações em geral), Capítulo II (Fontes das Obrigações), Secção V (Responsabilidade civil).

<sup>164</sup> No nosso entender, está previsto esporadicamente na LDC (nos artigos 4.º, 5.º, 9.º, 10.º, 12.º e 14.º) o *direito à proteção dos bens e interesses económicos* dos consumidores, norma que vem dar regulamentação ao preceito constitucional do supracitado artigo 60.º n.º 1 da CRP.

<sup>165</sup> Artigo já citado, *In Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Sérvulo Correia*. Vol. I. 2010.

«fundamentalização» dos direitos dos consumidores, o que foge à tradição dos direitos fundamentais.<sup>166</sup>

O regime de proteção dos bens e interesses dos consumidores mostra-se, evidentemente, apertado para reequilibrar as posições, naturalmente desiguais de que gozam os contraentes. Uma valoração feita pela vigilância próxima e castigadora ao poder dos fornecedores e prestadores de adotarem esquemas negociais pré-estabelecidos e pelo extraordinário poder de retratação, bem como pelo auxílio contra as publicidades agressivas, confiados ao consumidor.<sup>167</sup>

Deve-se, portanto, encarar o direito à proteção (dos direitos, bens e interesses económicos dos consumidores) como um bloco que reúne os demais direitos dos consumidores, desde a garantia da qualidade dos bens e serviços, passando pela atribuição de legitimidade processual, à construção feliz de uma via rápida de facilitação do acesso a justiça.<sup>168</sup> Portanto, a qualidade dos bens, a proteção da saúde e da segurança física, a formação e a educação, a informação, a proteção dos interesses económicos, a prevenção e a reparação dos danos causados aos consumidores, o acesso e a desoneração dos custos da justiça e o patrocínio judiciário, a participação na definição e execução das políticas de consumidor são direitos colocados na esfera jurídica dos consumidores, que devem ser garantidos, de modo geral e em primazia, pelo Estado.

O objetivo principal, que constitui o ventre donde germinam os direitos dos consumidores é a «defesa» ou a «proteção» do consumidor. O mesmo pode dizer-se, que a proteção do consumidor funda-se na efetivação de um quadro negocial, característico na relação de consumo, presenciado pela igualdade e liberdade materiais.<sup>169</sup> Esses são o garante do equilíbrio contratual visado pelas normas de proteção dos consumidores, produzidas, fiscalizadas e sancionadas pelos aparelhos

---

<sup>166</sup> Esta questão é muito bem debatida, em sede própria, pelos autores José Casalta Nabais – *In Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Sérvulo Correia*. Vol. I. 2010, pp. 479-508 e José Carlos de Andrade – *in Estudos de Direito do Consumo*. N.º 5 (2003) pp. 139 – 162.

<sup>167</sup> Proteção garantida pelo art. 9.º n.ºs 2 e 3; 4; e 7 da LDC, respetivamente.

<sup>168</sup> Pode mesmo ser encarado “...como máxima básica do direito do consumidor...” seguindo a teoria de António Menezes Cordeiro – *in Estudos em Memória do Professor Doutor António Marques Santos*. Vol. I. 2005, p. 684.

<sup>169</sup> A primeira nota a tirar-se do disposto para a proteção dos interesses dos consumidores na LDC – art. 9.º n.º 1 – é da pretensão de uma relação equilibrada e fiável, quer nos seus antecedentes (publicidade e propaganda), quer no seu pós estabelecimento (clausulados e execução).

legislativo, administrativo e judicial do Estado, colocado na linha da frente para a proteção dos mais frágeis e vulneráveis.<sup>170</sup>

Por fim, condizendo com José Casalta Nabais, saliente-se que a intervenção do Estado na relação de consumo, que *a priori* deveria ser igualitária, busca essencialmente o reequilíbrio dessa igualdade de partes que em teoria deve existir em todas as relações do foro “privatício” do direito. Ora, neste figurino da liberdade contratual, o restabelecimento da igualdade e do equilíbrio contratuais apenas pode ser conseguido através da proteção dos mais fracos, impedindo uma superposição acrescida dos mais fortes sobre os que se encontram numa posição de vulnerabilidade. Logo, o estabelecimento pelo Estado de direitos, liberdades e garantias para o asseguramento dessa paridade passa, inevitavelmente, pela limitação e derrogação dos princípios gerais do direito civil da iniciativa económica e da autonomia privada.<sup>171</sup>

## **SECÇÃO IV – O CONSUMIDOR PARA EFEITO DA PROTEÇÃO JURÍDICA RELEVANTE**

### **1. SOBRE O CONCEITO DE ‘CONSUMIDOR’**

Muito se falou em consumidor detentor de uma parcela de direitos fundamentais, que a própria Constituição os atribui, pouco ou quase nada se falou, da titularidade desses direitos. Ora, os direitos dos consumidores já foram atribuídos, resta saber à esfera jurídica de quem é feita essa atribuição.

Será, como no direito do ambiente, atribuído a todos – à comunidade inteira? Ou será atribuída a todos os compradores? Se assim for, será que existe alguma limitação de natureza ou da espécie de produtos, bens ou serviços? Está curto aos produtos de consumo das famílias e/ou das empresas? Inclui-se as pessoas jurídicas (coletivas) ou somente as pessoas singulares?

---

<sup>170</sup> Como o próprio legislador da LDC consagrou, artigo 1.º, é dever geral do Estado dar proteção jurídica aos consumidores.

<sup>171</sup> José Carlos de Andrade – *in Estudos de Direito do Consumo*. N.º 5 (2003) p.153-155.



Como assegurou Fernando Baptista de Oliveira<sup>172</sup>, “...o constante *digladiar acerca de tal conceito trás, desde logo, uma acrescida lentidão na resolução dos problemas...*” que proliferam hoje em dia com o afrouxar do objeto dos direitos dos consumidores.

Pois, sem sombras de dúvidas que a conceitualização do consumidor, titular dos direitos e interesses económicos, é de fulcral importância para a eficácia da aplicação legislativa.<sup>173</sup> Esta é a razão que subjaz à nossa preocupação com esta questão e que merece a nossa abordagem.

Doutrinalmente, são variadas as questões que se levantam com relação à definição deste conceito. Desde já, a conceitualização do consumidor, *qua tale*, baseia-se em três elementos:<sup>174</sup> subjetivo, objetivo<sup>175</sup> e teleológico.

## 2. ELEMENTOS DE DEFINIÇÃO DO CONSUMIDOR

Antes de avançarmos para as análises dos problemas suscitados quanto aos elementos da definição do consumidor, apadrinhada pela LDC portuguesa, ater-nos-emos, ainda que de forma muito sumária, sobre a divisão por elementos da composição do preceito de consumidor enunciado no artigo 2.º n.º 1 da mesma lei e, que entendemos estar abanada pelas interpretações dos diferentes autores. Este exercício requer-nos, com a vossa permissão para melhor esclarecimento, uma recomposição do estipulado na lei.

Entende-se por consumidor, “... todo aquele a quem sejam... por pessoa que exerça com carácter profissional uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios” (elemento subjetivo) “... fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos

---

<sup>172</sup> Fernando Baptista de Oliveira – *O Conceito de Consumidor Perspetivas Nacional e Comunitária*. 2009, p. 51.

<sup>173</sup> Ao passo que a definição do conceito do consumidor tem por objetivo principal “...delimitar o âmbito de aplicação subjetiva do seu regime jurídico determinado...” – regime do direito do consumidor. Cfr. Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2012, p. 23.

<sup>174</sup> Para Jorge Morais Carvalho são quatro os elementos (subjetivo, objetivo, teleológico e relacional) que definem ou servem de base à conceitualização do consumidor, embora, admitindo, que em alguns preceitos legais alguns desses elementos possam ficar vácuo. Cfr. Jorge Morais Carvalho – *Manual de Direito do Consumo*. 2014, pp. 15-18, ainda Carlos Ferreira Almeida – *Os Direitos dos Consumidores*. 1982, pp. 208 e ss.

<sup>175</sup> Quanto a este elemento David Falcão prefere tratar pela “proveniência do bem”. A nosso ver esta designação não coincide integralmente com a noção de consumo, podendo levar a equívocos resumindo o consumo ao círculo de bens. V. David J. G. Falcão – *Notas sobre Direito do Consumo e Compilação da Legislação Conexa*. 2012, p. 12.

direitos...” (elemento objetivo) “... destinados a uso não profissional...” (elemento teleológico).

Agora sim, uma das grandes problemáticas na determinação de um conceito, que fosse do entendimento comum dos autores, reside na indefinição do seu elemento subjetivo.

A lei claramente impõe, necessário para que um indivíduo seja considerado consumidor, a exigibilidade da contraparte da relação – neste caso, de consumo – ser um profissional, não permitindo assim, que apenas a posição solitária de quem compra um bem ou produto ou beneficia de um serviço se revelasse suficiente para a sua determinação como consumidor. É essa a ideia que nos compele a preencher o *elemento subjetivo* como composto e relacional.<sup>176</sup>

Vamos como Guido Alpa e Carlos Ferreira de Almeida,<sup>177</sup> pois há efetivamente – a lei portuguesa assim reconhece – um requisito relacional no conceito de consumidor, contra Luís Menezes Leitão<sup>178</sup> que defende a sua desconsideração ou inexistência. Porém, paradoxalmente acreditamos que mesmo até os visados pela publicidade (a massa potencial de consumidores) devem ser encarados como tal para efeito de reclamação dos direitos e interesses legítimos dos consumidores, isto porque, acolhemos a ideia de que aos destinatários das vendas agressivas, ainda que potenciais, devem ser garantidos meios de proteção contra os assédios dos vendedores.

Portanto, o elemento subjetivo que define o consumidor, sujeito de proteção jurídica, não será extraído ou circunscrito ao encaixe contratual, indo mais além, desde que haja alguma acoplagem entre um profissional e o “potencial consumidor”.

Em relação ao segundo elemento, distintamente daquilo que designa o autor David Falcão, “proveniência do bem”, entendemos tratar-se de um *elemento objetivo*, porque traduz-se numa beneficiação por parte do consumidor, resultado da obrigação do

---

<sup>176</sup> Entendemos aqui que o elemento subjetivo só pode ser extraído da relação. Há que existir previamente uma relação entre dois sujeitos para se verificar este elemento. Divergimos da percepção de Jorge Morais Carvalho que autonomiza o “relacional” como um elemento independente, mas convergimos no objetivo do requisito relacional, apesar de admitirmos alguns desvios abrindo a relação à uma simples ligação, por exemplo, através da publicidade. V. Jorge Morais Carvalho – *Manual de Direito do Consumo*. 2014, p. 16.

<sup>177</sup> No mesmo sentido ainda, ver Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2012, p. 26 e seguintes.

<sup>178</sup> *O Direito do Consumo. Automação e Configuração Dogmática*. 2002, p. 20 e 21.

profissional *de facere* algo, quer seja fornecer bens ou produtos, quer seja prestar serviços ou ainda transmitir direitos, pelo qual a sua realização passará sempre por uma ação visando a concretização do facto jurídico – objeto do contrato (benefício do consumidor). Claro está, ao gosto de uma contrapartida.

Todavia, assim como desconfia Jorge Morais Carvalho, parece-nos, e indo até mais longe, que esse elemento é mais elástico do que parece, podendo abranger as situações que não sejam literalmente prestar serviços, fornecer bens, nem transmitir direitos, mas o simples direito do consumidor (ou potencial consumidor), que tem correspondência no dever do fornecedor de fazer a publicidade de forma lícita, verdadeira e inequívoca – art. 7.º n.º 4 da LDC ou de prestar informações claras, objetivas e adequadas – artigo 8.º n.º 1 também da LDC. Cremos, e parece-nos que isso nem se questiona, que nestes casos não é exigível ao consumidor ou “potencial consumidor” (para sermos mais objetivos), a beneficiar de algum serviço ou a receber determinado produto ou direitos de outrem.

Assumir como elemento independente, *proveniência do bem*, a qualidade da contraparte daquele que desejamos classificar como consumidor, corresponde, a nosso ver, ao furtar da bipolaridade do elemento subjetivo. Nota-se, que João Calvão da Silva<sup>179</sup> ao definir o consumidor, no seu exercício da destrição entre o sentido lato e o sentido restrito, tão-somente abordou-o como “...o *adquirente, possuidor ou utilizador de bens de consumo ou de serviços destinados ao seu uso pessoal, familiar ou doméstico... não ao seu uso profissional.*” O que na teoria ora contrariada por nós, seria uma definição com pura omissão de um dos elementos definitivos essenciais do conceito de consumidor, neste caso considerando, a “proveniência do bem” como elemento definidor.<sup>180</sup> Não cremos, que a posição de João Calvão da Silva seja extemporânea ou tenha sido ultrapassada, pois que a qualidade das partes deve servir sempre para a determinação do elemento subjetivo.

---

<sup>179</sup> É esta definição no sentido restrito, como afirma João Calvão da Silva, que para ele foi assumida pela então LDC de 1981, mas que com relação a esta matéria não sofreu alteração significativa com a LDC de 1996. Cfr. João Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 59.

<sup>180</sup> Igualmente, seguindo essa lógica, sentimos subtrair ao conceito do consumidor o elemento da “proveniência do bem”, quando confrontados com o direito comparado brasileiro, pois neste, no próprio Código de Defesa do Consumidor – artigos 2.º e 3.º –, autonomiza as definições do consumidor e do fornecedor, tratados em artigos diferentes. Assim, deixa de haver a necessária relação entre estes dois conceitos, ignorando (o texto legal) o fornecedor na determinação do consumidor. Cfr. José Carlos de Oliveira – *Código de Defesa do Consumidor, Jurisprudência, Doutrina e Legislação Complementar*. São Paulo. 2002, pp. 11, 13 e 14 e *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*. 6.ª edição revista, atualizada e ampliada. Forense Universitária editora. Rio de Janeiro. 2.ª reimpressão comentado pelos autores do Anteprojeto. 2000, pp. 21 e 26.

Por fim, quanto ao *elemento teleológico*, a aceitação reúne maior consenso,<sup>181</sup> pois, entre nós, trata-se do fim a que se destina o benefício do bem, produto ou serviço cometido ao consumidor, ou seja, visa a sua satisfação pessoal, privada<sup>182</sup> ou não profissional. Este requisito deixa de fora os profissionais, que se contratam com outros profissionais para o fornecimento de bens, prestação de serviços ou transmissão de direitos a serem usados no âmbito do desenvolvimento das suas atividades profissionais. Assim, o cidadão que celebra um contrato de crédito para compra de um imóvel para habitação goza de proteção oferecida pelos mecanismos de defesa dos consumidores. O que não seria possível se o crédito fosse obtido para a compra de um imóvel destinado ao estabelecimento de um escritório de advogado.

Contudo, o estatuto de consumidor não escapa ao profissional, que beneficiando de um produto ou serviço para uso distinto do exercício das suas atividades profissionais e que se vê ameaçado nos seus direitos ou interesses económicos. Enquadra-se nesta realidade o exemplo de um comerciante de produtos cosméticos, que compra uma viatura para o seu uso privado, pessoal e familiar.<sup>183</sup>

Admite Jorge Morais Carvalho<sup>184</sup>, que a lei deve conceder proteção ao profissional sempre que o benefício recebido não seja integrado na sua atividade produtiva – profissional – mesmo quando tenha capacidade especial que o permita conhecer melhor o bem, produto ou serviço.

---

<sup>181</sup> No Brasil esta questão é bastante discutida, já que alguns autores não entendem a designação “destinatário final” do Código de Defesa do Consumidor brasileiro como explicativo do “consumo privado” ou “uso em benefício próprio”. Como desenvolveu o autor José de Oliveira Ascensão, esses obreiros assumem que a lei apenas determina como requisito, “...aquele que retira o produto do mercado e o utiliza como destinatário final...”, ignorando por completo a natureza do seu uso. Opinião contrária têm os autores, e alguma jurisprudência, que defendem a necessidade do “...uso do bem ou serviço em proveito próprio...”, afastando aqueles que usam o produto ou serviço como *bem de produção*, ou seja, não pode estar subjacente à aquisição, embora sendo destinatário final, o uso numa atividade profissional. V. José Carlos de Oliveira – *Código de Defesa do Consumidor, Jurisprudência, Doutrina e Legislação Complementar*. 2002, pp. 11-13.

<sup>182</sup> A escolha do critério “uso privado” para Jorge Pegado Liz “...permite abranger o «uso coletivo» por membros de uma família ou de uma congregação...”, para além de não excluir o uso lucrativo, desde que sem carácter *habitual* ou *especulativo*. Cfr. *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, pp. 217 – 218.

<sup>183</sup> O profissional agindo fora do seu *habitat* (da sua especialidade) é tão cético como qualquer outro consumidor desconhecedor, que relacione com outro profissional, daí ter necessidade de proteção, por isso a “...finalidade «não profissional» permite incluir ainda no conceito de consumidor os profissionais que adquiram bens ou serviços a outros profissionais, mas o façam fora da sua competência ou capacidade especial enquanto profissionais...” Cfr. Jorge Pegado Liz – *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 193.

<sup>184</sup> Jorge Morais Carvalho – *Manual de Direito do Consumo*. 2014, p. 18.

Todavia, em sentido inverso e que subscrevemos, para alguns autores,<sup>185</sup> seria abusivo conceder à um técnico informático, que compre um aparelho informático para uso não profissional (consumo próprio ou familiar) a proteção jurídica na qualidade de consumidor. Neste caso em questão, não se pode falar em desigualdade do poder negocial, nem na inocuidade do consumidor, uma vez que o comprador tem qualificações técnicas e profissionais suficientes para negociar com a maior cintilação e acautelar-se dos possíveis riscos ou abusos por parte do profissional vendedor.

A defesa do consumidor deve ser perpetrada, e é este, afinal, o seu fundamento, para restabelecer o equilíbrio do poder negocial numa relação em que uma das partes – o consumidor – aparece manifestamente debilitado, maculado e desabrigado pela sua pouca perspicuidade e inocência sobre as informações do produto. Enquanto o profissional aparece abastecido de qualificações técnicas e entupido de informações sobre o produto, o consumidor leigo (e muitas vezes arrebatado pela publicidade), se mostra uma presa fácil à mercê do profissional. Por isso, o escopo da intervenção protetiva do consumidor deve fundamentar-se nesta percepção.<sup>186</sup> Diferente, a proteção do consumidor seria mais um *contrapoder* «abusivo» e desvirtuado infligido desfavoravelmente contra o profissional, quando no entanto a sua lógica é tão-somente defender os interesses do consumidor.

Podemos acrescentar à essa dificuldade, no âmbito da evolução legislativa, o alargamento do alcance da proteção do consumidor. Ora, este assunto parece naturalmente aceite pelos autores.

Globalmente, definir o consumidor passa por compreender a existência de dois sujeitos, um não profissional ao qual se deve juntar o profissional para preencher o elemento subjetivo. Parece-nos de todo evidente, pela necessidade imposta no conteúdo legal da LDC, que a descoberta do consumidor, se deve à identificação do fornecedor ou prestador, o que arrasta por si só, já agora, a ideia do ingrediente relacional como requisito. Atender ao elemento objetivo, que caracteriza o objeto da relação de consumo aceitando-o como móvel ou imóvel, fungível ou infungível, perecível ou duradouro, adequado ou inadequado ao consumo ou ao fim diferente do consumo. E registar, finalmente, que importa notar a insuficiência do adquirente ser

---

<sup>185</sup> Destacando-se João Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 62.

<sup>186</sup> No mesmo sentido – de proteção especial oferecida pela defesa do consumidor – que entende João Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 62.

consumidor final, mas somar à isso que o uso do bem, produto ou serviço não seja feito como elemento de produção.

Em STP a única norma jurídica<sup>187</sup> que define o consumidor, fá-lo em sede de regulação das atividades comerciais dos sectores das telecomunicações, correios, água e eletricidade, tratando-o como “...a pessoa que recebe os bens e serviços fornecidos pelas empresas dos sectores regulados, para utilização própria.” Este artigo institui a distinção entre o cliente (consumidor final) e o consumidor para efeito de proteção jurídica, este último, que preenche os elementos definidores que acima abordamos. Compreende-se, pois, o balizamento que a referida lei faz do sujeito profissional, circunscrito às empresas, por causa da natureza dos bens e serviços fornecidos e prestados nos sectores regulados.

### **3. PESSOAS COLETIVAS (TAMBÉM) OU (APENAS) PESSOAS SINGULARES?**

Uma das grandes questões levantadas com relação à conceitualização do consumidor centra-se no afastamento ou não pela lei das pessoas coletivas. Para autores como Carlos Ferreira de Almeida<sup>188</sup> e David Falcão as pessoas coletivas escapam ao enquadramento geral do conceito de consumidor. O autor David Falcão<sup>189</sup> entende que é a própria natureza do conteúdo dos direitos do consumidor, que nega a inclusão das pessoas coletivas neste espaço, pela exclusividade da proteção dos interesses meramente individuais e que, por isso, exclusivamente consentâneos com a qualidade das pessoas singulares.

Não se distanciando muito da ideia matriz desse entendimento, José Casalta Nabais<sup>190</sup> compreende a essencialidade da natureza «individualista» dos direitos dos consumidores, mas admite a aplicação analógica às pessoas coletivas por via do artigo 12.º n.º 2 da Constituição portuguesa. Esta noção baseia-se no entendimento de que a originalidade pessoal dos direitos dos consumidores não pode impedir a sua adaptação à natureza e à “...especialidade do fim das entidades coletivas...”, aliás como a própria lei fundamental sugere.

---

<sup>187</sup> Artigo 5.º al. e) dos Estatutos da AGER, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 14/2005 de 23 de Junho.

<sup>188</sup> Carlos Ferreira de Almeida – *Os Direitos dos Consumidores*. 2005.

<sup>189</sup> David J. G. Falcão – *Notas sobre Direito do Consumo e Compilação de Legislação Conexa*. 2012, p. 13. No mesmo sentido Teresa Almeida – *Lei de Defesa do Consumidor – Anotada*. Instituto do Consumidor. 1997, p. 9 e 28: “...o consumidor é, necessariamente, uma pessoa singular – a formulação dos direitos que lhe são conferidos é claramente dirigida às pessoas, em sentido natural.”

<sup>190</sup> *In Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Sérvulo Correia*. Vol. I. 2010, p. 487-8.

No mesmo sentido, a autora Carla Amado Gomes<sup>191</sup> acolhe as referências à proteção da saúde e da segurança como aparentemente redutoras desses direitos às pessoas singulares, mas, segundo a autora, a verdade é que a consagração constitucional, igualmente, dos direitos à informação e à proteção dos interesses económicos, fazem reentrar as pessoas coletivas pela porta e acudidas pelo ordenado no artigo 12.º da CRP.

Opinião partilhada (em partes) por Jorge Morais Carvalho<sup>192</sup>, para quem, tanto as pessoas singulares como as pessoas coletivas – atuando fora do âmbito da sua atividade original – devem ser encaradas como consumidores para efeitos do gozo da proteção jurídica das normas do direito do consumidor, desde que seja parte desprotegida na relação desigual de consumo que intervenha e faça prova da sua situação de debilidade face ao contratante profissional.

No paralelismo com o direito civil, chamamos à colação o entendimento dado por Pedro Pais de Vasconcelos<sup>193</sup>, baseado na interpretação do disposto no artigo 160.º n.º 1 do Código Civil e da primeira parte do n.º 1 do artigo 6.º do Código das Sociedades Comerciais para vincar o carácter genérico da capacidade de gozo das pessoas coletivas e apenas limitada pela sua natureza, face às prescrições do artigo 12.º da CRP.

Indo ao encontro dos dadores de uma resposta positiva à essa questão, e na nossa modesta opinião, entendemos estarem incluídas nos parâmetros legais do n.º 1 do artigo 2.º da Lei 24/96 (LDC)<sup>194</sup> as pessoas coletivas, desde que estas não beneficiem desses produtos ou serviços com vista ao exercício de qualquer atividade profissional.<sup>195</sup> O uso da expressão “todo aquele” pelo legislador não nos parece de todo inocente.

Quanto a isto, o legislador parece sustentar uma certa ambiguidade, mas que pode ser esclarecedora se assim entendermos, tendo em conta que, em diferentes leis atribui,

---

<sup>191</sup> Cfr. *Os Novos Trabalhos do Estado: A Administração Pública e a Defesa do Consumidor*. 2002.

<sup>192</sup> V. Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2012, p. 34 e ss.

<sup>193</sup> *Teoria Geral do Direito Civil*. 2008, pp. 154 e seguintes.

<sup>194</sup> LDC – Lei da Defesa dos Consumidores (Lei nº 24/96 de 31/07).

<sup>195</sup> Concordando com Jorge Morais Carvalho, que assume o estipulado na LDC como abrangendo igualmente “...todas as pessoas, físicas ou jurídicas, embora estas últimas sofram depois uma restrição face ao elemento teleológico.”

conforme o interesse em causa,<sup>196</sup> ora uma extensão geral (pessoas singulares e jurídicas), ora uma manifestação mais restritiva (pessoas singulares apenas).<sup>197</sup>

#### 4. RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

A vida em sociedade requer a prossecução de interesses individuais e coletivos, que para a qual os indivíduos são obrigados à estabelecerem entre si relações sociais. Conforme a importância e a implicância dessas relações e das suas consequências na estabilidade da vivência social, o direito garante-lhes tutela jurídica, transformando-as em relações jurídicas. As relações que visam o consumo quadram-se nesse âmbito de relações sociais juridicamente relevantes, por isso, reguladas por lei. Em suma, a relação jurídica será sempre uma conjugação de ações entre sujeitos, regulada pelo direito visando a constituição em direitos subjetivos e obrigações corresponsivas sobre um objeto.<sup>198</sup>

É sabido que as relações jurídicas de consumo em muito se confundem com as relações contratuais (gerais) do direito civil. Portanto, conceptualizar as relações jurídicas que se dão entre sujeitos individuais com vista ao consumo, requer-nos uma avaliação da especialidade, essencialmente, dos seus sujeitos e do seu objeto.

Da parte da contraparte do consumidor, pouco ou nada importa dizer, pois o detalhe distintivo reside na qualidade “profissional” da pessoa singular ou jurídica (entidade empresarial), que no âmbito da sua atividade lucrativa se relaciona com um terceiro para a satisfação das necessidades pessoais ou privadas deste, por sinal, o consumidor.

No que se refere a especialidade do sujeito “consumidor”, Luís Leitão<sup>199</sup> entende que o preceito da LDC sobre o conceito de consumidor não contém nenhum “...*elemento de teor relacional ou negocial...*” e que a seu ver é desconforme com as ideias defendidas

---

<sup>196</sup> Dissemelhante é o caso do art. 1.º n.º 3 da Lei n.º 23/96 que determina como “...*utente* (diferenciando-o do consumidor, pois aqueles podem ser) ... a **pessoa singular ou coletiva a quem o prestador do serviço se obriga a prestá-lo...**” não destringendo se para efeito de uso profissional ou não, bastando que sejam serviços públicos elencados no n.º 2, considerados essenciais.

<sup>197</sup> Sentido contrário do legislador para ser consultado nos Decreto-Lei n.º 57/2008; Decreto-Lei n.º 133/2009; Decreto-Lei n.º 24/2014; e Decreto-Lei n.º 143/2001.

<sup>198</sup> V. Jorge Pegado Liz – *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 213. Assim, preenchidos estão os seus “...*elementos constitutivos, os sujeitos (ativo e passivo), o objeto (imediate e mediato), o fato (ou ato jurídico), e a garantia ou o direito de ação.*” p. 214.

<sup>199</sup> Luís Leitão – *in Dicionário Jurídico da Administração Pública*. 2001, p. 96-97.



por outros autores, nomeadamente Guido Alpa<sup>200</sup> e ainda Jorge Morais Carvalho<sup>201</sup>, que entendem por consumidor aquele que «faz parte de» ou «constitui» uma relação relativa ao consumo. Já Carlos Ferreira de Almeida admite o requisito relacional no conceito de consumidor, mas não aceita que a relação de consumo deriva necessariamente de contratos (de consumo)<sup>202</sup>, pois compreende que pode resultar de um negócio jurídico que conduz ao consumo.

Este pensamento do autor Carlos Ferreira de Almeida se vê a salvo nos ensinamentos de Jorge Morais Carvalho<sup>203</sup> sobre o processo de formação do contrato de consumo. Segundo o autor, apesar de não existir um modelamento jurídico genérico para a contratação em matéria de consumo, a noção básica referencia a proposta e a aceitação como requisitos mínimos pré-contratuais<sup>204</sup>. Logo, a relação existe desde o precedente à concretização material do contrato pela simples apresentação da proposta de contrato, dado que perante essa proposta a aplicabilidade do princípio da boa-fé (do artigo 227.º do Código Civil – *culpa in contraendo*) já é eficaz.

Posicionando num patamar intermédio, se assim se pode dizer, apoiamos o nosso entendimento fundando no propósito de que o conceito de relação de consumo deva desenlaçar-se do circuito fechado entre quem compra um bem ou serviço e quem fornece ou presta, podendo incluir outros (sujeitos potencialmente participantes no negócio jurídico de consumo), que estão adstritos à essa relação concreta e substancialmente negocial.<sup>205</sup> Por exemplo: compra em nome próprio de um produto «defeituoso» para uso por terceiro. Nesta situação, apesar de não existir aqui um negócio formalmente firmado entre o profissional e o terceiro (beneficiário), pode-se estabelecer sempre uma relação inerente, ainda que indireta e secundária através do

---

<sup>200</sup> Guido Alpa – *Tutela del consumatore e controlli sull' impresa*. Bologna. Mulino. 1977, p. 56.

<sup>201</sup> Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2012, p. 22 e ss.

<sup>202</sup> Que o autor define “...como o contrato que tem por objeto um bem destinado ao uso pessoal ou familiar de uma das partes (o consumidor), fornecido por uma entidade que atua no âmbito da sua atividade profissional (o fornecedor)...”, se alheando dos sujeitos e se atendo, essencialmente, ao objeto do contrato. Conforme citado por Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2012, p. 113.

<sup>203</sup> Jorge Morais Carvalho – *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. 2012, p. 125 e seguintes.

<sup>204</sup> Ensina Jorge Pegado Liz que, “...a própria noção de fase pré-contratual é uma aquisição do direito do consumo.” Cfr. *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 229.

<sup>205</sup> Segundo Jorge Pegado Liz, assimilar “...o consumidor a comprador de um bem ou serviço excluiria, e nada o justifica, os adquirentes não compradores de um bem ou de um serviço.” Cfr. *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, pp. 215 – 216.

objeto (mediato) do contrato, pois a primeira relação visa a satisfação da necessidade de um terceiro, que não é parte direta, mas implicado.<sup>206</sup>

É ainda nossa compreensão, que até os “potenciais consumidores”<sup>207</sup>, ou seja, aqueles que ainda não o são efetivamente com a participação num negócio jurídico, mas que moldados pela publicidade (à eles destinada) se encontram em posição de poderem vir a ser parte no contrato de consumo, devem ser considerados sujeitos da relação jurídica de consumo e aglutinados ao conceito de consumidor para efeito de proteção jurídica. São exemplos dos destinatários<sup>208</sup> das aliciantes publicidades (enganosas) de algum produto, bem ou serviço.

Sendo a publicidade enganosa e perante a prestação de informações ambíguas ou falsas sobre o produto, compreendemos serem legítimas as possíveis queixas a registar pelos potenciais consumidores pela frustração das suas expectativas. Para além, claro está, da hipótese de perseguição jurídica pelos organismos de defesa dos consumidores, com base na violação do dever de publicitar lícita e inequivocamente com verdade.

A proibição feita pelo princípio do respeito pelos direitos do consumidor, registada no artigo 12.º do Código da Publicidade<sup>209</sup>, confere ao consumidor, a nosso ver, um claro direito subjetivo de reagir perante a publicidade que deforme as informações sobre os produtos ou serviços publicitados. Seria ingrato apartar desse âmbito os “destinatários” dessa publicidade, que nem se quer chegou a adquirir o bem ou produto ou a beneficiar do serviço.

Outrossim, o papel do livro de reclamações na proteção e defesa dos consumidores revela mais outra faceta da «elasticidade» do seu conceito, que inclui os “potenciais consumidores”.<sup>210</sup> Exemplo disso pode ser a possibilidade de alguém reclamar de um mau atendimento, quer tenha ou não comprado algum bem ou produto ou beneficiado de algum serviço.

---

<sup>206</sup> A relação basta-se numa ligação, dado que “...a elasticidade da lei muitas vezes outorga proteção independentemente da aquisição de um bem ou serviço, sendo suficiente a simples conexão entre o sujeito e o produto fornecido para atribuir ao primeiro o direito de agir.” V. Raúl Carlos de Freitas Rodrigues – *O Consumidor no Direito Angolano*. 2009, p. 85.

<sup>207</sup> Decidimos designar por “potenciais consumidores” aos que o legislador chamou de “destinatários” da publicidade. V. art. 5.º al. d) do Decreto-lei n.º 330/90 de 23 de Outubro – Código da Publicidade.

<sup>208</sup> São estes os protegidos pelas normas que regem a publicidade, entende José de Oliveira Ascensão – *in Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8. (2006/2007) p. 38.

<sup>209</sup> Aprovado pelo Decreto-lei n.º 330/90 de 23 de Outubro.

<sup>210</sup> Cfr. Art. 1.º do Decreto-lei n.º 156/2005 de 15 de Setembro – sobre o Livro de reclamações.

Está patente, que o simples relacionamento com o fornecedor de bens ou prestador de serviços valeu-lhe a qualidade de consumidor para se defender dos abusos contra os seus direitos ou interesses. O facto de uma pessoa entrar num estabelecimento comercial não é impositivo para fundação de um negócio, mas essa mesma pessoa pode se queixar, investida na veste de consumidor, do tratamento inadequado que tenha recebido da relação estabelecida com o profissional.

Assim, por todas essas razões, argumentamos que é sim exigente uma relação entre dois sujeitos para que se destrinche a existência do consumidor, porém, o carácter negocial não se coloca como obrigatório à medida que poderá ou não existir, uma vez que não tem uma importância substancial e determinante para a definição do sujeito da relação jurídica de consumo merecedor de proteção. Ao contrário do que defendem alguns autores, alcançámos o conceito de consumidor (para efeito de proteção jurídica) na suficiência de uma relação ou ligação, direta e principal ou mesmo indireta e secundária, como vimos, mas obrigatória, porquanto a relação de consumo se subjaz no relacionamento entre um profissional (distribuidor ou prestador) e um não profissional (consumidor – por seu próprio intermédio ou por interposta pessoa), sem os quais é em vão falar-se da relação jurídica de consumo.

Outra característica peculiar referente aos sujeitos da relação jurídica de consumo é a natureza desnivelada de posições dos contraentes. A construção das relações privadas sob a égide do princípio da autonomia privada mina a relação jurídica de consumo de desequilíbrios de poderes entre as partes, dado que a igualdade contratual não é mais um critério virgem e adequado. No atual contexto “a liberdade contratual se converte em escravidão”<sup>211</sup>. Situação de inferioridade provocada pelas condições jurídicas e de mercado elencadas por Jorge Pegado Liz<sup>212</sup>, a concorrência, a informação, a negociação, a segurança, o acesso à justiça e a representação. E, igualmente, pela própria natureza da relação de consumo quando envolve “...a *satisfação de necessidades vitais...*” ou mesmo nos casos de monopólios e da “...*standardização dos contratos com a utilização de contratos-tipo.*”

Naturalmente, que a relação de consumo funda-se na ideia da satisfação de uma necessidade privada do consumidor pelo fornecedor ou prestador que fornece bem ou presta serviço e recebe por isso uma contrapartida, que constitui o «objeto imediato e

---

<sup>211</sup> Jorge Pegado Liz citando Gustav Radbruch. Cfr. *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 221.

<sup>212</sup> Idem, pp. 222 – 225.

mediato» dessa relação jurídica. Ou seja, decorrem da relação jurídica de consumo o direito do consumidor a ser satisfeito e o correspondente dever do profissional a fornecer bens ou a prestar serviços que o satisfaçam. Igualmente, resultam o direito do profissional a receber a contrapartida e o dever correspondente do consumidor a pagar pelo bem ou serviço. Estas situações jurídicas positivas e negativas compõem o objeto imediato da relação. O objeto mediato serão as coisas envolvidas – igual a todos os demais contratos.<sup>213</sup>

Acudidos na afirmação do Presidente Kennedy, “...*consumidores somos todos nós...*” e ajustados pela fundamentação de Jorge Pegado Liz<sup>214</sup>, entendemos que a proteção dada ao sujeito frágil da relação jurídica de consumo é uma atribuição de carácter difuso, coletivo, geral e social e nunca individualizável. Pois essa posição é comum à todos. É justamente a partir dessa «despersonalização» da titularidade dos direitos e interesses dos consumidores, que traduz a especialidade das relações jurídicas de consumo face às demais relações jurídicas.

Contudo, é imperial destapar que é a satisfação do consumidor que compõe o fim último dessa relação,<sup>215</sup> o que está na base da procura pelo consumidor do produto ou serviço oferecido pelo profissional. Ora, acompanhamos Luís Menezes Leitão no entendimento que só será “...*negócio jurídico de consumo, aquele em que uma das partes vise a satisfação das suas necessidades pessoais...*” ou privadas, porém para nós, a concretização ou não da satisfação desejada, melhor dizendo, a efetivação do negócio jurídico não funda a marca do início da relação de consumo, pois esta é indiferente à realização do negócio, se bastando numa relação ou ligação (mesmo sem carácter negocial) entre ambos com vista à tal satisfação.

Finalmente, para a classificação da relação jurídica de consumo, notou-se que se impõe a determinação do conceito de consumidor. Evidentemente, que qualquer relação jurídica que envolva o consumidor, participando enquanto tal, consiste numa relação de consumo. Por conseguinte, entendemos caracterizar por relação jurídica de

---

<sup>213</sup> V. Jorge Pegado Liz – *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 225 – 226. Este autor defende que não será por aí que se deva relevar qualquer “...*característica específica ou distintiva da relação jurídica de consumo.*” No sentido contrário, Luís Menezes Leitão entende que deve ser “...*objeto do negócio jurídico de consumo necessariamente uma coisa ou serviço suscetível de ser utilizado na satisfação de necessidades pessoais ou privadas.*” Não podendo “...*pertencer à classe dos bens de produção.*” Cfr. *O Direito do Consumo. Automação e Configuração Dogmática*. 2002, p. 23.

<sup>214</sup> Cfr. *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, pp. 227 e seguintes.

<sup>215</sup> Uma “...*função económico-social típica do negócio jurídico de consumo é assim satisfação das necessidades pessoais (ou privadas) dos consumidores.*” V. Luís Menezes Leitão – *O Direito do Consumo. Automação e Configuração Dogmática*. 2002, p. 23.

consumo, toda a relação estabelecida entre um consumidor e um profissional (distribuidor ou prestador), visando a satisfação da necessidade privada daquele mediante a contrapartida económica prestada à este.



## **CAPÍTULO IV – OS ORGANISMOS DE DEFESA DOS CONSUMIDORES EM PORTUGAL**

### **SECÇÃO I – O PROBLEMA DA REPRESENTATIVIDADE E DA DEFESA DOS DIREITOS E INTERESSES INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS, DIFUSOS E COLETIVOS DOS CONSUMIDORES PELAS ASSOCIAÇÕES**

#### **1. A REPRESENTAÇÃO COLETIVA DOS CONSUMIDORES**

Em Portugal a 2ª revisão constitucional (1998), que dá corpo ao artigo 52.º permitiu, finalmente, que as associações fossem constituídas para representar e defender judicialmente os interesses da coletividade (para nós particularmente, dos consumidores)<sup>216</sup>, começando por permitir a perseguição individual, e bem assim, estendendo o tapete vermelho, identicamente às organizações coletivas de defesa dos consumidores.<sup>217</sup>

Registou-se igualmente uma evolução dos direitos dos consumidores que antes encaixava na “Organização Económica” do «Título IV» para passar a representar ou assumir dignidade jurídica de direitos fundamentais – art. 60.º CRP –, de resto, como vimos *supra*.

A legitimidade processual das associações é concedida em *prima facie* pelo artigo 52.º n.º 3 da CRP<sup>218; 219</sup> e pelo artigo 26.º-A do Código de Processo Civil, legitimidade essa que se estende tanto no campo das ações como dos procedimentos cautelares. Trata-se da consagração de uma garantia institucional, como bem defende o autor José Casalta Nabais<sup>220</sup>, permitindo assim, que tanto as associações de consumidores como as cooperativas de consumo possam valer desse instrumento para participar e representar os consumidores na defesa dos seus bens e interesses.

---

<sup>216</sup> Para maiores desenvolvimentos sobre o problema da representatividade dos direitos e interesses coletivos, individuais homogêneos e difusos dos consumidores pelas associações, crf. Jorge Pegado Liz – *Conflitos de consumo. Uma Perspetiva Comunitária de Defesa dos Consumidores*. 1998, pp. 55 e ss.

<sup>217</sup> Art. 52.º n.º 3 al. a) da CRP.

<sup>218</sup> Regulamentado pela Lei 83/95, de 31 de Agosto.

<sup>219</sup> Acórdão do STJ de Portugal, processo n.º 97B503 de 23/09/1997, relator Miranda Gusmão.

<sup>220</sup> *In Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Sérvulo Correia*. Vol. I. 2010, pp. 494-496.

## 2. CONFLITOS DE CONSUMO

Estamos a abordar as questões da perseguição judicial, da legitimidade processual e de procedimentos no âmbito do direito de consumo, o que claramente pressupõe a existência de conflitos de consumo. Pois bem, cabe-nos deslindar sobre o que é afinal o conflito de consumo.

Para uns, no qual se inclui o autor Jorge Pegado Liz, trata-se de qualquer conflito que envolva uma pessoa singular (e/ou coletiva) de um lado, que age fora da sua atividade profissional e, doutro lado, uma pessoa singular ou coletiva, esta sim, que age no quadro do desenvolvimento de uma atividade profissional pretendendo obter lucros.<sup>221</sup>

Para o autor Jorge Pegado Liz, a determinação do conflito de consumo deve centrar-se nas relações de consumo, definindo esta a partir de alguns elementos que a caracterizam: “... i) a finalidade não profissional do consumo – pelo consumidor – do bem, produto ou serviço transacionado; ii) a qualidade profissional do agente económico organizado (pessoa singular ou coletiva) parte na relação como distribuidor, fornecedor ou prestador; iii) e a natureza desequilibrada da relação...”, assumindo o recetor do bem, produto ou serviço uma qualidade de parte mais fraca da relação, que para Jorge Pegado Liz é característico da relação de consumo.<sup>222</sup>

Vimos *supra* que o direito do consumidor é fundado sobre a relação de consumo. Sendo assim, a nosso ver, os conflitos de consumo deverão ser aqueles que são decorrentes da execução imperfeita de uma relação de consumo. Normalmente, fruto da sua posição debilitada, é o consumidor quem sofre com as imperfeições dessa execução, sendo – pela lei – imputadas as responsabilidades à sua contraparte.

Ora, neste sentido, os desacordos que decorrem da relação jurídica para a obtenção de bens, produtos ou serviços destinados a um uso particular, privado ou familiar, logo, não profissional, enquadra-se no conceito de conflitos de consumo. Tomando em conta, como vimos *supra* que, a relação de consumo pressupõe sempre a existência de um contraente profissional, ou seja, numa palavra apenas, uma pessoa singular ou coletiva, que presta um serviço ou vende um bem ou produto e que obtém lucros com essa atividade.

---

<sup>221</sup> Cfr. Jorge Pegado Liz – *Conflitos de consumo. Uma Perspetiva Comunitária de Defesa dos Consumidores*. 1998, p. 67.

<sup>222</sup> Cfr. Jorge Pegado Liz – *Conflitos de consumo. Uma Perspetiva Comunitária de Defesa dos Consumidores*. 1998, p. 68 e 69.



### 3. DEFESA INDIVIDUAL DOS CONSUMIDORES

Sozinho, deixado à sua sorte, a fragilidade do consumidor perante o poderoso produtor ou distribuidor é assombrosamente aumentada por várias outras razões. O autor Jorge Pegado Liz<sup>223</sup> anuncia quatro diferentes motivos que podem aguçar a fragilidade do consumidor quando se vê perante a situação de, solitariamente, defender *per si* os seus direitos ou interesses económicos postos em causa por outra parte, ou mesmo até quando é chamado pela outra parte para responder à possíveis incumprimentos contratuais devidos (ou não e, muitas vezes não mesmo) a sua culpa.

O direito – e as instituições democráticas, Estado – não podem assistir, imunes de responsabilidades, ao sufoco que será submetido o consumidor nessa luta intensa e desgastante. Não apenas pelo desequilíbrio de posições, em princípio porque quer como demandante quer como demandado o direito oferece as mesmas armas de «combate» a ambas as partes, mas pelo maior desconforto sentido pelo consumidor em relação à sua contraparte.

Revemo-nos no entendimento do Miguel Eiró, citado por Jorge Pegado Liz,<sup>224</sup> segundo a ideia de que há o custo da consulta jurídica e da representação, que pode exceder o valor da reparação; a ameaça de poder ter de vir a pagar as despesas do processo; a morosidade deste e o empenhamento e desgaste pessoal que exige; as barreiras de ordem psicológicas originadas pela atmosfera do tribunal, pelo formalismo do processo e pela linguagem jurídica utilizada; a falta de informação adequada empurram os consumidores, ainda que providos de razão, a procurar as vias mais fáceis, mormente uma resolução consensual com a contraparte, abrindo mão, assim, dos seus direitos e desprotegendo-se, não fazendo valer os seus interesses.

Contudo, numa sociedade jurídica de alternativas podem (e devem, diga-se de passagem) os consumidores recorrer a alternatividade para vincar os seus interesses económicos. Convém com isso sublinhar, que individualmente ou não apoiados, a capacidade dos consumidores é redundantemente minorizada, levando ao “espírito negativo” de «deixar estar» para evitar prejuízos de maiores – situação típica registada na sociedade são-tomense.

---

<sup>223</sup> Pegado Liz ressalta as razões psicossociais, a reconhecida morosidade judicial, os custos processuais e a incerteza do resultado como sendo elementares no incremento do desequilíbrio entre as partes. Jorge Pegado Liz – *Conflitos de consumo. Uma Perspetiva Comunitária de Defesa dos Consumidores*. 1998, pp. 72 e 73.

<sup>224</sup> Cfr. *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. 1999, p. 72.

## SECÇÃO II – INSTITUIÇÕES DE DEFESA DOS CONSUMIDORES DE PORTUGAL REGALADAS NA LEI DE DEFESA DOS CONSUMIDORES<sup>225</sup>

### 1. ASSOCIAÇÕES DE CONSUMIDORES

A permissão para constituição de associações representativas dos consumidores com legitimidade processual é dada supremamente pela Constituição Política da República Portuguesa (Estatuto máximo do Estado), mas o regime jurídico dessas associações de defesa dos consumidores é definido pela LDC.<sup>226</sup>

Ora, a presente lei comete às associações de consumidores vários direitos representativos, processuais, de fiscalização e de intervenção na regulação e na própria programação das políticas de consumidores adotadas pela Administração. Pois, o legislador português percebeu o vulto de importância duma participação ativa dos consumidores, neste caso representados pelas associações, na prossecução do seu superior objetivo, a proteção dos seus direitos e interesses.

Destarte, o artigo 17.º da LDC equaciona o regime jurídico (natureza, âmbito e finalidade) das associações de consumidores e o articulado seguinte exponencia os seus direitos em numerosas alíneas. Com isso, abrange-se os ângulos que permitem uma «proatividade» influente das associações, com uma bitola de poderes de representação participativa tanto na regulação e programação de políticas como na atuação preventiva, fiscalizadora, reativa e processual. O legislador abre ainda uma autoestrada informativa às associações, permitindo o seu acesso fácil às informações e protegendo a sua divulgação.<sup>227</sup>

O caso dos *acordos de boa conduta* estatuidos pelo artigo 19.º da LDC é a situação mais evidente da afirmação e do poderio representativo das associações de consumidores, podendo vincular até os seus não membros.

Em São Tomé e Príncipe, mais do que a Constituição<sup>228</sup> assentir a formação de associações para defesa dos interesses coletivos e difusos, aguarda-se um incentivo

---

<sup>225</sup> Capítulo IV, artigos 17.º e seguintes da LDC, lei n.º 24/96 de 31/07.

<sup>226</sup> Cfr. Artigos 17.º, 18.º e 19.º da LDC.

<sup>227</sup> V. Art. 18.º, n.º 1 da LDC: al. f) “Direito a consultar... e de divulgar as informações”, al. g) “Direito a serem esclarecidas...”, e cominando com a al. j) “Direito de presunção de boa-fé das informações por elas prestadas”.

<sup>228</sup> Art. 35.º da CRSTP plasma *Liberdade de associação* que consiste na reunião de pessoas em associação para defender direitos e interesses individuais homogêneos, coletivos ou difusos.

do próprio Estado, que pode ser dado através de regulação específica, para que resultados sejam buscados na matéria de proteção dos consumidores.

## **2. MINISTÉRIO PÚBLICO**

A lei-quadro ou regime regra, ou ainda lei matriz, do direito do consumidor em Portugal, LDC em estudo, chama à colação das instituições de defesa dos consumidores o Ministério Público<sup>229</sup>, enquanto garante da legalidade. O legislador lança o Ministério Público para fora do seu recinto de conforto e coloca-o na «fogueira» do contencioso administrativo e até cível, promovendo, no que é-o permitido, a tutela dos interesses individuais homogêneos, coletivos e difusos dos consumidores.

A lei claramente quer uma intervenção do Estado na contenda dos interesses dos consumidores ao mais alto nível de intervenção contenciosa, não apenas nos processos penais, onde o MP é detentor do monopólio da ação penal, mas também nas ações extra criminais.

Uma participação mais próxima do MP são-tomense nos litígios sobre os interesses dos consumidores é de encarar-se com bons olhos, pois que este órgão do poder sancionatório do Estado deve impor, à partida, uma maior garantia de defesa para os consumidores.

## **3. DO INSTITUTO DO CONSUMIDOR À DIREÇÃO GERAL DO CONSUMIDOR**

### **3.1. *O que era o instituto do consumidor?***

Na LDC de 96 foi enquadrado e moldado o Instituto do Consumidor que fora criado pelo Decreto-Lei n.º 187/93<sup>230</sup>, de 24 de Maio e regulamentado pelo Decreto-Lei n.º 195/93 de 24 de Maio<sup>231</sup>, para suceder ao Instituto Nacional de Defesa do Consumidor – INDC –, que fora fundado pela então LDC de 1981<sup>232</sup>.

---

<sup>229</sup> Cfr. Artigo 20.º da LDC.

<sup>230</sup> Cfr. alínea e) do n.º 5 do artigo 3.º.

<sup>231</sup> E o procedimento para o exercício dos seus poderes de fiscalização e decisão estabelecido posteriormente pelo DL n.º 234/99 de 25 de Junho.

<sup>232</sup> Cfr. Art. 15.º do Decreto-Lei n.º 29/81 de 22 de Agosto; e o Decreto Regulamentar n.º 8/83 de 5 de Fevereiro que define a sua organização e funcionamento, alterado pelo Decreto Regulamentar n.º 67/86 de 28 de Novembro.

Um instituto de direito público predestinado à programação e materialização de políticas públicas de promoção e defesa da parte mais débil na relação jurídica de consumo, o consumidor. Todavia, curiosamente, ao contrário daquilo que sucede com as associações de consumidores, o instituto do consumidor, autoridade pública, apenas podia solicitar informações aos fornecedores de bens ou prestadores de serviços, mediante “...pedido fundamentado...”, não obstante deter o poder de “...representar os direitos e interesses dos consumidores em juízo...” e também os “«poderes cautelares» de cessação, suspensão ou interdição de fornecimentos de bens ou prestação de serviços...” com vista ao asseguramento da saúde, da segurança e dos interesses económicos dos consumidores.<sup>233</sup> Justificação para esta diferença de tratamentos pode-se encontrar no facto das associações de consumidores serem partes diretamente afetadas e interessadas nos processos que visam a proteção dos direitos e interesses dos consumidores, diferente do IC que tinha por base fiscalizar e infligir coimas, multas ou outras sanções aos fornecedores e prestadores, bem como demais medidas cautelares. Com este requisito, visava-se como dito pelo próprio legislador<sup>234</sup> a salvaguarda, também, dos direitos dos operadores económicos face aos poderes do Instituto do Consumidor.

O Instituto do Consumidor, possuidor de autonomia administrativa, estava, pelas suas atribuições plasmadas no Decreto-Lei que determinava a sua orgânica, curto ao desígnio de promotor e executor de políticas públicas para a proteção do consumidor e de coadjuvador das associações e demais instituições com fim comum, onde podia mesmo integrar-se como membro nelas,<sup>235</sup> embora, por ser um instituto público, detinha poderes impositivos e sancionatórios.

Abordamos sobre o IC apesar da sua extemporaneidade, não com a pretensão de o revitalizar, mas porque na realidade são-tomense, talvez esse seria o melhor mecanismo de impulsionamento das questões relevantes de proteção do consumidor, quer a nível institucional de elaboração, definição e execução de políticas públicas, quer a nível de legislação e do associativismo em defesa dos interesses individuais homogéneos, coletivos e difusos dos consumidores. A ver vamos pontualmente, quando abordarmos a modelação de uma instituição de defesa dos consumidores para STP.

---

<sup>233</sup> Alíneas a), c) e d), n.º 2 do artigo 21.º da LDC e artigo 2.º do DL n.º 234/99 de 25 de Junho.

<sup>234</sup> Descrito no preâmbulo do Decreto-Lei n.º 234/99 de 25 de Junho.

<sup>235</sup> V. artigo 2.º n.ºs 2 e 3 do Decreto-Lei n.º 195/93 de 24 de Maio.

### **3.2. O que é, hoje, a direção-geral do consumidor?**

Criada no âmbito do Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado português (PRACE), a Direção-Geral do Consumidor veio substituir o Instituto do Consumidor, ou se preferirmos, proceder a sua integração no corpo organizativo da administração direta do Estado com efeito consequente de mudança na designação.<sup>236</sup> Este novo serviço do Estado vem cumular posteriormente, engrossando as suas atribuições (herança do IC)<sup>237</sup> com o aproveitamento do legado das competências das Comissões de Segurança de Serviços e Bens de Consumo e de Aplicação de Coimas em matéria Económica e de Publicidade, ao seu cartel.<sup>238</sup>

Fundamentalmente, não obstante a redução de poderes típicos de um instituto público – I.P. –, enquadrado na administração indireta do Estado, a DGC continua com as funções essenciais que vinham sendo desenvolvidas pelo IC, agora simplesmente cooperando e não promovendo como antes na “...*elaboração, definição e execução da política de defesa do consumidor...*”<sup>239</sup>, isto fruto de uma vigilância mais apertada do Ministro a que fica sujeita, muito embora veja legalmente garantida a sua autonomia administrativa.

Com o reforço das suas competências, a mais de imiscuir-se na definição e execução da política de defesa do consumidor, a DGC atua para assegurar o elevado nível de proteção aos consumidores e desdobrando-se nos campos da informação, formação e promoção dos direitos dos consumidores e da segurança geral dos produtos e serviços e da publicidade, procedendo à correspondente fiscalização, instrução e decisão sobre os processos de contraordenação, bem como ao encaminhamento dos demais litígios para as instâncias competentes administrativas, judiciais e/ou extrajudiciais.

A DGC é hodiernamente o antigo IC, com poderes mais adequados ao órgão da administração direta que é, dirigido, logicamente, por um Diretor-Geral com competências semelhantes ao Presidente do extinto IC.

---

<sup>236</sup> Cfr. Dec. Reg. n.º 57/2007, de 27 de Abril.

<sup>237</sup> V. art. 10.º do Dec. Reg. n.º 57/2007, de 27 de Abril.

<sup>238</sup> Conforme o Decreto Regulamentar n.º 38/2012 de 10 de Abril, art. 10.º.

<sup>239</sup> Artigo 2.º n.º 1 do Dec. Reg. n.º 38/2012 de 10 de Abril.

#### 4. CONSELHO NACIONAL DO CONSUMIDOR – CNC

Este órgão, de âmbito mais alargado, que inclui participantes a mais variados níveis – administração, associações de consumidores e outros grupos de interesses conexos – funciona como um banco de análise e apoio às políticas públicas em matéria de proteção dos consumidores. Aliás, como o próprio nome revela e confirma-se pelas competências<sup>240</sup> atribuídas, que a instituição deste organismo consiste na criação de um ponto de encontro, inclusivo com todos os protagonistas na matéria, onde se pode colher conselhos.

Um órgão, que apesar do gozo da independência, está adstrito a uma íntima tutela do Ministério do Ambiente, pois é presidido ao mais alto nível pelo próprio Ministro do Ambiente, com uma composição muito complexa e bastante representada por todos os interesses conjugados ou implicados na defesa dos consumidores. Estes, que, porém, têm uma quota de representação vincadamente garantida por lei – artigo 22.º n.º 4 da LDC – “...*não inferior a cinquenta por cento da totalidade dos membros do Conselho.*”

O CNC vem substituir o anulado Conselho Geral<sup>241</sup> – órgão do IC –, mas continua a funcionar junto, atualmente da DGC, que de outro modo lhe empresta todo o apoio administrativo, técnico e logístico.<sup>242</sup> Pela sua composição, este órgão faz-nos crer que é onde verdadeiramente se discute as políticas públicas de defesa dos consumidores a serem adotadas e executadas pelo governo.

### SECÇÃO III – OUTROS ORGANISMOS RELEVANTES DE DEFESA DOS CONSUMIDORES EXISTENTES EM PORTUGAL

#### 1. CIAC – CENTROS DE INFORMAÇÃO AUTÁRQUICA AO CONSUMIDOR

Produto de um protocolo (de 1990) celebrado inicialmente entre o então Instituto do Consumidor e a Câmara Municipal de Viana do Castelo, na linha do cumprimento dos deveres gerais (e essenciais) do Estado de formação, educação e informação, o

---

<sup>240</sup> Competências cuja matriz se guia pelos vocábulos “...*pronunciar-se...; emitir parecer...; estudar e propor...; dar parecer...; e aprovar recomendações...*” (art. 22.º n.º 2 da Lei n.º 24/96 de 31 de Julho e o artigo 2.º do DL n.º 154/97 de 20 de Junho).

<sup>241</sup> Cfr. Art. 3.º n.º 1 al. c) e art. 6.º ambos do DL n.º 195/93 de 24 de Maio, no entanto revogados pelo presente DL n.º 154/97 de 20 de Junho – art. 8.º.

<sup>242</sup> Dec. Reg. n.º 38/2012 de 10 de Abril, art. 2.º n.º 2 al. n).

CIAC<sup>243</sup>, hoje, está presente na maioria das Câmaras Municipais<sup>244</sup> pela sua relação de proximidade com a população. Avigorando como o órgão do poder público mais próximo das pessoas, as Autarquias apresentam-se com um papel de extrema importância e que fora reforçado pelos CIAC's no quadrante da estrutura da defesa efetiva dos consumidores, através de serviços<sup>245</sup> próprios criados para o efeito, informando, aconselhando, recebendo queixas e procedendo aos meios alternativos de resolução de conflitos (mediação) ou dando seguimento e acompanhando as reclamações apresentadas pelos consumidores, e promovendo a sensibilização em geral dos cidadãos-consumidores do seu município.

No que respeita ao direito do consumidor à formação e à educação, são mais eficazmente à esses cúmplices do dia-a-dia das pessoas atribuídas as funções de formar e educar os cidadãos para o consumo. Desta feita, esse serviço ou gabinete especializado criado para proteger o consumidor, tem uma missão essencial de prevenir e dissuadir os conflitos de consumo pela construção de um cidadão mais atento e exigente.

Um quadro que bem pensado para os distritos mais longínquos do nosso país (STP) pode ultrapassar a questão do distanciamento da jurisdição para algumas populações, caso se opte por uma estrutura centralizada de proteção dos consumidores. Não obstante essa justificação, não cremos ser, dada a nossa pequenez territorial, indispensável a instituição de vários centros de informação espalhados pelos distritos em simultâneo com um eventual instituto do consumidor.

---

<sup>243</sup> Pode ler-se Câmaras onde existiam CIAC's em 1998, com Jorge Pegado Liz – *Conflitos de consumo. Uma Perspetiva Comunitária de Defesa dos Consumidores*. 1998, p. 75, nota de rodapé 4.

<sup>244</sup> Atualmente pode-se consultar Câmaras onde existem CIAC's em <http://www.consumidor.pt/ms/1/pagina.aspx?codigoms=5006&back=1&codigono=0007AAAAAAAAAAAAAA> (02/02/2016; 15:51).

<sup>245</sup> Com sítios *on line* de Serviço Municipal de Informação ao consumidor, a título de exemplo pode-se ver <http://www.cm-cascais.pt/sub-area/servico-municipal-de-informacao-ao-consumidor> (02/02/2016; 14:54); <http://www.cm-sintra.pt/servicos/informacao-ao-consumidor> (02/02/2016; 14:56), dentre outros.





## **PARTE III – SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE: UM CASO PARTICULAR**

### **CAPÍTULO V – A PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES EM SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE**

#### **SECÇÃO I – A EXPRESSÃO DOS DIREITOS DOS CONSUMIDORES EM STP**

##### **1. A REALIDADE DA RELAÇÃO DE CONSUMO EM STP**

O mundo comercial são-tomense, típico de uma economia tradicional e de pequeníssima dimensão<sup>246</sup>, é caracterizado pela predominante informalidade das relações de consumo.<sup>247</sup> Não se verifica uma padronização dos atos de consumo, como por exemplo se regista nos países desenvolvidos. Essa peculiaridade informal das relações de consumo torna os consumidores ainda mais vulneráveis ao galopante poderio dos fornecedores e avoluma o aumento da disparidade existente entre as posições das partes.

Situação semelhante na atividade pública de prestação de serviços ao público. Está instalada uma cultura de «favores», que ilude os funcionários públicos na «perigosa» imaginação de que são grandes prestadores de «favores» aos cidadãos, estes que, por maioria de razões, são seus patrões.

A ausência de livros de reclamações, quer nas instituições públicas de prestação de serviços públicos, quer nos estabelecimentos privados, constitui, a nosso ver, um grave reforço à ideia de «vassalagem» dos consumidores perante os fornecedores de bens e prestadores de serviços (públicos e privados) e de uma «proprietarização» dos serviços públicos por parte dos funcionários, que os deveriam prestar com diligência e seriedade.

Essa fricção é municionada pela míngua de educação dos consumidores para a defesa dos seus direitos, que os agoniza, por um lado, mas em contrafação, opostamente, fortalece o ímpeto daqueles que estando do lado de lá da «barricada», pouco lhes interessa – se mantiver melhor – o estado de coisas na nossa sociedade. A

---

<sup>246</sup> Apesar da sua potencialidade geográfica, pelo seu posicionamento, bem aproveitada poder vir a permitir nos próximos tempos, aliás como é desígnio dos sucessivos governos são-tomenses, ter uma posição preponderante na circulação de pessoas, bens, serviços e capitais na zona do Golfo da Guiné – um mercado com milhões de habitantes.

<sup>247</sup> O que nos parece, cremos ser óbvio, é que a informalidade do comércio (relações de consumo) facilita a violação dos direitos dos consumidores e os torna mais impotentes perante a «desmodelada» relação mantida com os distribuidores de produtos ou prestadores de serviços.

segurança e a saúde dos consumidores, hoje, em STP estão fortemente ameaçadas, largadas à vontade dos poderosos fornecedores e distribuidores de bens e prestadores de serviços.

Decerto que o sistema conforme apresentado, não tem evidenciado publicamente grandes conflitos nesta sociedade de consumo completamente desregulada, justamente por causa da desinformação dos consumidores sobre os seus direitos e da inexistência de instituições, de associações ou de organizações vocacionadas para o efeito. Nunca por falta de motivos, porque estes são frequentes.<sup>248</sup>

A verdade é que a matéria de formação dos consumidores não se vislumbra difícil, pois esta nem sequer requer grandes meios ou importa grandes custos ao pequeno Estado como é o de São Tomé e Príncipe. Em Portugal muito se fala na introdução das matérias de proteção dos consumidores nos «currículos» e programas escolares. Nisto, claramente, acarretaria para o apertado Estado insular de STP custos com a obtenção de novos materiais escolares apropriados para o efeito. Contudo, temos a comunicação social, que para além de se afigurar como um transmissor mais alargado e constante de informações, companhia diária e permanente dos são-tomenses, melhor se enquadra na tarefa divulgadora de ensinamentos, ou se preferirmos, de informações formativas sobre o consumo, com um elevado grau de abrangência e maior probabilidade de sucesso.<sup>249</sup>

É obrigatório o controlo pelo Estado das formas de venda perpetradas pelos distribuidores/prestadores, que não abonam, de certeza, nenhuma segurança para o consumidor em STP. É para isso que somos um Estado de Direito Democrático.<sup>250</sup> Na teoria defendida por António Pinto Monteiro<sup>251</sup>, há que se preservar os congénitos valores do direito e essa preservação, no caso *sub judice*, apenas pode ser

---

<sup>248</sup> A melhor fonte de exemplos que temos de momento: <https://www.facebook.com/DDCSTP/?fref=ts> (03/12/2015; 16:46).

<sup>249</sup> À exemplo do Instituto Nacional de Defesa do Consumidor dado pelo seu então Chefe de Divisão de Formação, Vítor M. Gonçalves Cabeço – *In Revista Portuguesa de Direito do Consumo*. N.º 80 (2014) p. 174 e seguintes.

<sup>250</sup> “O direito, mais do que a norma inventada pelos juriconsultos é conduta que uma dada sociedade concreta aceita e exige como essencial para a ordem social; mais do que conceitos formais, eternos e imutáveis, deve ser o repositório das regras que compõem os interesses de todos e de cada um, em dado momento histórico e de que é função do legislador, em cada ordenamento jurídico, interpretar os interesses coletivos a definir, nas normas jurídicas, as condutas lícitas e sancionar as práticas não conformes com aquelas condutas. As normas jurídicas assim promulgadas devem ser, além de justas e equitativas, compreensíveis, acessíveis, aceitáveis e aplicáveis.” Cfr. Jorge Pegado Liz – *Tendências Internacionais e Nacionais da Política de Proteção dos Consumidores – a posição de Portugal*. 2011, p. 25.

<sup>251</sup> António Pinto Monteiro – *Do Direito do Consumo ao Código do Consumidor*. 1999, p. 210.

conseguida com a intervenção do Estado poderoso, importando normas impositivas de comportamentos adequados à realização da justiça económica e social, entendendo que “...o direito sempre se mostrou sensível: (valores como) a proteção dos mais fracos constitui uma dimensão do jurídico que conseguiu impor-se, mesmo nos períodos de maior acentuação da liberdade contratual.”

Em São Tomé e Príncipe podemos sublinhar a título de exemplo, como foi a problemática, até hoje mal esclarecida, do caso paradigmático da STP Trading.<sup>252</sup> Na ausência de quem reclamasse pelos consumidores, perante uma situação tão inquietante como foi aquela em que devido a má qualidade dos produtos a segurança da saúde dos consumidores foi perigada, o caso morreu sem que se soubesse, verdadeiramente, em que pé se ficou ou a quem atribuir as culpas.<sup>253</sup> Caso para dizer, mais uma vez, o que não é de se estranhar, a culpa morreu solteira.

### **1.1. A ELABORAÇÃO E PUBLICITAÇÃO DOS PREÇOS E A ESPECULAÇÃO**

Uma das questões que urge ser debatida em STP, no respeitante as maiores vulnerabilidades presentes na relação entre vendedor e comprador nessa pequenina sociedade de consumo, está relacionada com a elaboração e a publicidade dos preços dos produtos, *máxime* dos bens e serviços de primeira necessidade. A montante doutras práticas abusivas, preocupa a incompreensível flexibilidade dos preços concedida pelos operadores – e nalguns casos, devidos ao monopólio – (sobretudo no fornecimento de bens e prestação de serviços essenciais).

Está claro que, uma desregulação da elaboração e divulgação dos preços pode facilitar a especulação. Daí que, a regulamentação para a faturação de bens e serviços – sobretudo essenciais – deve ser feita para impedir as especulações de mercado por parte dos operadores económicos, que muitas vezes recorrem à manobras contrárias à boa fé para provocar um acrescentamento da procura face a oferta e assim aumentarem (significativamente) os preços.

Situação que, uma regulação do processo de formação dos preços, estabelecendo limites à obtenção de lucros com a faturação e uma obrigação de rotulagem ou etiquetagem dos preços de fornecimento de bens e da publicação em locais visíveis dos preços de prestações de serviços podem constituir um significativo apoio à

---

<sup>252</sup> Maiores detalhes em: <http://www.telanon.info/page/2/?s=stp+trading> (07/12/2015; 14:33).

<sup>253</sup> Isto sem ignorar a eventualidade de um ilícito penal, que não nos oferece abalroar neste exercício.

solução. No sistema português, por meio das associações, os consumidores, para além de participarem “...nos processos de regulação dos preços de fornecimento de bens e de prestações de serviços essenciais...” e de fiscalizarem o seu cumprimento e adequação das tarifas à qualidade dos serviços, têm ainda, no seu cardápio de direitos, “...direito a serem esclarecidas sobre a formação dos preços dos demais bens e serviços.”<sup>254</sup>

## 2. O CONSUMIDOR SÃO-TOMENSE E OS SEUS DIREITOS

Enquanto em Portugal o alarido se concentra em torno da multiplicidade de leis avulsas (e desordenadas), que para alguns autores não significa qualidade legislativa,<sup>255</sup> em São Tomé e Príncipe os consumidores vociferam por uma legislação em matéria de proteção dos seus direitos e interesses<sup>256</sup> que é quase nula, desde a fraca e resvalada disposição constitucional à insuficiência de leis ordinárias e instituições que visem a efetiva proteção dos consumidores. Com o ascendente de uma postura desorganizada e desinteressada dos próprios reclamantes, os consumidores.

Na verdade, para se encontrar uma norma constitucional no sistema jurídico são-tomense considerado que no seu todo, também, se dedique a proteção dos consumidores, somos obrigados a proceder à uma engenharia interpretativa, ainda que aparentemente vulgar, suscetível de controvérsia. Tal é a realidade da solitária craveira do artigo 10.º al. b) da Constituição Política, “*promover o respeito e a efetivação dos direitos pessoais, económicos, sociais e culturais*” dos cidadãos.

Outros mandamentos constitucionais, que cometidos a todos os cidadãos de modo em geral, por isso mesmo, constituirão igualmente, ainda que de forma indireta, num meio de defesa dos direitos e interesses dos consumidores, são os casos do direito à proteção da saúde do artigo 50.º; o acesso à justiça do artigo 20.º; e da liberdade de associação prescrita pelo artigo 35.º.

---

<sup>254</sup> Cfr. artigo 18.º n.º 1 alíneas h) e g), respetivamente, da LDC.

<sup>255</sup> Há ainda quem refira à uma *infantilização* do consumidor pelo comportamento de superproteção do Estado, posição contrariada pelos que admitem a necessidade de uma abordagem proactiva do direito.

<sup>256</sup> Prova disso é a criação de uma plataforma no «facebook», que tem por fim denunciar e debater sobre as irregularidades e as precaridades a que os consumidores são submetidos em STP e onde aliás já estão registadas várias queixas, mostrando bem como são tratados os consumidores no nosso país: <https://www.facebook.com/DDCSTP/?fref=ts> (24/11/2015; 11:27).

Porém, no plano da legislação ordinária, face à desregulação total sobre a especialidade da proteção do consumidor, tanto os estatutos da AGER<sup>257</sup> como os da DRCAE<sup>258</sup>, apesar de perfilharem uma função principal de regulação de mercado, comportam acessoriamente um acervo de tarefas destinadas à efetiva defesa dos interesses dos consumidores. Estamos perante instituições públicas criadas para efeito de regulação de mercado, para quem advém em sobra, a ocupação com a proteção dos consumidores, como uma atividade secundária ou complementar, se preferirmos ainda, conseqüente. De resto, uma conseqüência sabida anteriormente à previsão legislativa. A verdade é que, na presença da inadiável carência legiferante sobre o tema, mesmo que possamos relevar a iniciativa do legislador, no caso – o governo –, mostra conhecer a precisão, mas não deixa de «tapar o sol com a peneira».

Reconhece-se que o estatuto de consumidor dota o cidadão de direitos que permitem a sua defesa, por si mesmo, através das associações de consumidores ou de instituições públicas vocacionadas para o efeito de defender os direitos e interesses da parte mais débil da relação jurídica de consumo. Porém, convergimos no pensamento de Carla Amado Gomes<sup>259</sup> ao assinalar que “...o esclarecimento e a educação dos consumidores é a conditio sine qua non para o aumento do seu bem-estar e qualidade de vida.” Revela-nos, como várias vezes temo-lo sublinhado, a importância da formação e educação dos consumidores.

Hoje, de facto, proteger o consumidor de uma forma global, integrada e coerente não pode considerar-se uma moda, um modismo, antes uma exigência jurídica e sócio-política da contemporaneidade, um verdadeiro ditame do pensamento jurídico dos nossos dias,<sup>260</sup> um escrupuloso e majestoso dever do Estado.

No fundo, parece um pouco contra “natura” um Estado dito de Direito Democrático não defender os direitos dos mais fracos.<sup>261</sup> A indigência das políticas de defesa do

---

<sup>257</sup> Decreto-Lei n.º 14/2005 de 23 de Junho, que cria a AGER – Autoridade Geral de Regulação de RDSTP.

<sup>258</sup> Decreto n.º 42/2009 de 22 de Outubro, que aprova o Estatuto Orgânico da Direção de Regulação e Controlo das Atividades Económicas de STP.

<sup>259</sup> Cfr. *Os Novos Trabalhos do Estado: A Administração Pública e a Defesa do Consumidor*. 2002, p. 37.

<sup>260</sup> Rui de Alarcão – *in Centro de Direito do Consumo*. N.º 8 (2006/2007) p. 24.

<sup>261</sup> Como informa o autor António Menezes Cordeiro – *in Estudos em Memória do Professor Doutor António Marques Santos*. Vol. I. 2005, p. 677, que “...desde o início que o direito visou proteger os fracos...”, do mesmo autor *in Liber Amicorum Mário Frota: A causa dos direitos dos consumidores*. Almedina. 2012, p. 51.

Defende Jorge Pegado Liz, “...que a lei tem por função proteger os fracos contra os fortes e resulta de princípios essenciais da regra e do Estado de direito.” Entendendo igualmente que, “...a organização da

consumidor boicota as tão apeteçadas e aguardadas promoção dos seus interesses e proteção dos seus direitos. É forçoso reconhecer, entre nós, a deprimência que é uma tão relevante questão de cidadania ser esquecida ou desconsiderada pelo próprio Estado, que “anda a assobiar para o lado”.

Tudo dito sobre a realidade que se vive no país, concluímos que é hora, senão for mesmo para lá da hora, da vontade política «tomar a sério» as questões dos direitos dos consumidores. A política da formação dos consumidores para adotarem uma postura mais crítica com relação aos bens, produtos e serviços colocados ao seu dispor no mercado e para uma melhor definição das suas necessidades e da sua satisfação, claramente condiciona, pelo simples atuar do consumidor atento e esclarecido, o comportamento da sua contraparte.<sup>262</sup>

## **2.1. AGER (AUTORIDADE GERAL DE REGULAÇÃO)**

Esta verídica e solitária entidade administrativa independente existente em STP, à revelia do BCSTP, caracteriza o modelo de regulação promovido pelas recentes autoridades reguladoras<sup>263</sup> do novo paradigma regulatório. Essa nova realidade, demarca-se por um abstencionismo do Estado da participação direta na atividade económica, e pela intervenção como árbitro no jogo de mercado, ditando regras, fiscalizando o seu cumprimento e sancionando as irregularidades.

Desenhada como uma Autoridade Geral de Regulação, à rigor legal e estatutário, esta entidade reguladora está confinada às funções de intervenção junto dos sectores das “...telecomunicações, correios, água e eletricidade...” elegidos pelo legislador são-tomense como “...sectores estruturantes para o desenvolvimento económico e social de qualquer país...”,<sup>264</sup> mormente São Tomé e Príncipe.

Neste registo, e como em qualquer área de regulação, aos consumidores acaba resvalando, como consequência necessária e muitas vezes queridas, uma proteção

---

*vida numa sociedade democrática passa, precisamente, pela garantia que o direito traz de que a violência e os abusos de poder serão prevenidos, suprimidos e sancionados.” V. Introdução ao Direito e à Política do Consumo. 1999, p. 272.*

<sup>262</sup> Este consumidor sim, esclarecido e informado sobre os seus direitos e valores e escoltado pelas normas protetivas do direito do consumidor, pode condicionar, ainda que levemente, o comportamento dos fornecedores no mercado.

<sup>263</sup> Pessoas coletivas de direito público, dotadas de autonomia técnica, administrativa e financeira e de património próprio. Panorama no qual a AGER se enquadra perfeitamente, pelo disposto no art. 5.º n.º 1 do DL n.º 14/2005 de 23 de Junho e no art. 1.º dos seus estatutos.

<sup>264</sup> § 2 do preâmbulo do DL n.º 14/2005 de 23 de Junho.

dos seus direitos e interesses. Tanto é, que os estatutos desta entidade administrativa independente preveem no artigo 3.º n.º 1 al. c), uma das suas atribuições, que consiste em “...*garantir os interesses dos consumidores.*”

Em concreto, o que merece o nosso maior realce e abonação, e explica alguma vocação protetiva da AGER na defesa dos direitos e interesses dos consumidores são a obrigatoriedade de inclusão na sua estrutura, de uma “*direção de informação e de apoio ao consumidor*”, imposta pelos seus estatutos (art. 6.º n.º 3) e a regulamentação de um circunscrito regime jurídico de defesa dos consumidores, em vários artigos independentes, epigrafados com as etiquetas *Proteção do Consumidor* – artigo 43.º; *Informação e Sensibilização* – artigo 44.º (direito à formação e à educação); e *Disseminação de Informação* – art. 45.º (direito à informação). Mostrando, assim, claramente, que a atuação da AGER deve pautar pela observação dos interesses dos consumidores.

Aos consumidores dos serviços de telecomunicações, correios, água e luz, concretamente, é garantida, nos termos dos estatutos da AGER, uma autoridade – com poderes de instrução processual e de decisão vinculativa (capítulos VII e VIII)<sup>265</sup> – a quem possam recorrer e apresentar as suas queixas referentes às eventuais violações dos seus direitos e/ou prejuízos dos seus interesses.

Assinalando que o sucesso das instituições depende, em grande medida, do conhecimento que o público tem das mesmas, enfim, cabe à AGER desempenhar com maior destreza, o dever de “...*criar e desenvolver programas para instruir os consumidores até agora inconscientes sobre os seus direitos.*”

## **2.2. DIREÇÃO DA REGULAÇÃO E CONTROLO DAS ATIVIDADES ECONÓMICAS (DRCAE)**

O Estado criou com a DRCAE<sup>266</sup> uma organização armada, mas com uma armação estéril, por vários motivos, que a deixa com reduzidas possibilidades de produção de

---

<sup>265</sup> Representados, especialmente, pelos artigos 51.º n.º 1 al. e); 52.º e 53.º n.º 4 e cumulados com o artigo 43.º, todos amparados pelo regime dos atos da AGER professado no artigo 9.º n.ºs 4 e 5 do Decreto-Lei da sua criação.

<sup>266</sup> Decreto-Lei n.º 41/2009 de 17 de Julho, publicado no DRSTP n.º 73 de 4 de Outubro.

efeitos práticos. Desde logo, a ausência de estruturas<sup>267</sup> e de técnicos especialistas na matéria de proteção dos consumidores.

O facto é que as atribuições da DRCAE muito nos conflituam entre ser uma direção (organismo de dependência ministerial) do Estado dedicado à regulação, das atividades económicas – de maneira anunciada no DL da sua criação, artigo 3.º –, ou ser, especialmente, uma instituição de defesa dos consumidores – como deixa transparecer nas suas atribuições. Obviamente, que no nosso entender, a defesa da saúde comercial e da estabilidade do mercado no âmbito de regulação das atividades económicas, bem como da qualidade dos bens e serviços postos a circular na feira comercial, observadas, como é lógico, na perspetiva dos operadores económicos, naquilo que deveria ser o seu comportamento respeitante à concorrência leal, no respeito da posição dominante e na promoção da lealdade das atividades económicas, arrasta consigo, por si só, a defesa (indireta) dos consumidores.<sup>268</sup> Porém, imbricar (deste feitiço confuso) as duas coisas num só «saco», não nos parece de todo a solução mais acertada. Esta parece-nos uma forma muito despicienda de abordar o assunto, sobretudo como mecanismo principal e solitário de defesa dos consumidores em que este mecanismo acaba por se constituir.

É anunciado nos seus estatutos, que a DRCAE é um órgão missionado para a *regulação, o controlo e a fiscalização* das atividades económicas,<sup>269</sup> mas cria-se pelas suas atribuições, acreditamos que inconscientemente, sob a égide governamental, um verdadeiro órgão de defesa dos consumidores.<sup>270</sup> Exatamente, porque as suas atribuições levantam dificuldades de interpretação dessa missão reguladora, pois que elas refletem, na sua larga maioria, uma efetiva proteção dos consumidores em depreciação e desvigorando a afirmação dos concretos poderes regulatórios das atividades económicas. Nota-se, logo, que os Estatutos da DRCAE não expressam, no elenco das suas atribuições,<sup>271</sup> senão o poder de “...emitir pareceres científicos e técnicos, recomendações e avisos...” – da al. b) do n.º 2 do artigo 2.º do Dec. n.º

---

<sup>267</sup> Anuncia-se no artigo 5.º n.º 2 *in fine* dos seus estatutos a criação de um Gabinete de Assessoria Jurídica, porém, esse gabinete, ao contrário do que sucede com os outros órgãos da estrutura, não é regulamentado. Regimenta ainda as secções do Departamento de Apoio Geral, mas é vácuo quanto a regulamentação das secções do Departamento de Fiscalização que apregoa – artigo 7.º n.º 2, *idem*.

<sup>268</sup> Como o inverso também poderia ser alcançado, “...defendendo o consumidor, protege-se também o produtor da concorrência desonesta...”, assim asseverou Duarte Ivo Cruz e Nuno de Sequeira – *Notas sobre Defesa do Consumidor*. 1972, p. 11.

<sup>269</sup> Ver o n.º 1 do artigo 2.º dos Estatutos para a DRCAE aprovado pelo Decreto 42/2009 de 22 de Outubro publicado no DRSTP n.º 73 de 4 de Outubro.

<sup>270</sup> O que seria de relevar se na prática ela funcionasse efetivamente como tal.

<sup>271</sup> Estatuídas no n.º 2 do artigo 2.º do Decreto n.º 42/2009 de 22 de Outubro, epigrafoado com o título “Missão e atribuições”.



42/2009 –, o poder efetivo de criação de normas jurídicas com caráter vinculativo e injuntivo para as entidades reguladas. Ou seja, fica condicionada pela subtração da principal arma de uma autoridade pública reguladora.

Outra dificuldade encontrada, a nosso ver, que ajusta a castração dessa direção que se pretende reguladora, *a contrario sensu* do que assinalamos com a AGER, coloca-se quanto à sua dependência política, orgânica, funcional e técnica do governo. A independência face aos poderes públicos, a isenção em relação aos interesses públicos e privados e a autoridade configuram, com caráter de essencialidade, uma condição para a boa prestação de qualquer entidade pública de regulação.<sup>272</sup>

Por outro lado, admitindo que a DRCAE somente exerce (e parece-nos que sim) as suas funções de fiscalização, no círculo das suas atribuições de “...*velar pelo cumprimento das leis, regulamentos, despachos e instruções no âmbito da defesa da economia nacional ... e da saúde pública...*”,<sup>273</sup> e outras, todavia, os seus estatutos não esclarecem cabalmente sobre a competência de decisão sobre o contencioso, diversamente do que anotámos para a AGER. Apesar de constituída uma secção de contencioso e esclarecida a sua bitola na tramitação processual com vista à punição de eventuais violações, não está determinada a atribuição de poder de decisão.

A verdade é que ainda hoje, no mundo real, decorridos mais de seis anos, está presente, até para os próprios funcionários deste órgão, o fantasma da extinta Inspeção das Atividades Económicas<sup>274</sup> que em 2009 deu lugar à vigente Direção da Regulação e Controlo das Atividades Económicas.

Na prática, tem sido a esta divisão do Ministério do Comércio, Indústria e Turismo a quem vem sobrando muitas vezes, o encargo de minimizar os estragos ou as dilacerantes frustrações dos “interesses económicos” dos consumidores, pelo menos na área do comércio. Entretanto, convencidos que não têm competências estatutárias para o efeito e agindo na sombra da ignorância do seu *resolving power* para decidir com imperatividade sobre as queixas que chegam à esta direção, fruto do imaginário deserto no seu acervo de competências para o efeito, ou talvez pela indeterminação

---

<sup>272</sup> Neste exercício não nos oferece abalroar sobre a matéria de regulação. Para maiores desenvolvimentos sobre a independência das autoridades reguladoras, cfr. Maria Eduarda Azevedo – *Temas de Direito da Economia*. 2014, pp. 197 e ss.

<sup>273</sup> Prescrição do artigo 2.º, n.º 2, al. a) do Decreto n.º 42/2009 de 22 de Outubro.

<sup>274</sup> Extinguida pelo Decreto-Lei n.º 40/2009 de 17 de Julho.

do poder decisório, são muitas as reclamações submetidas e que na maior parte das vezes têm solução por meio de mediação.<sup>275</sup>

### 3. QUE FUTURO PARA OS DIREITOS DOS CONSUMIDORES EM STP?

Certo é que, os consumidores não sendo uma classe, onde os interessados se juntam para defender os interesses em comum e num país onde a consciencialização sobre a importância do associativismo ainda está a quem do desejado em matéria de defesa dos interesses individuais homogêneos, difusos ou coletivos, verdade é que somente quando «dói na pele» de cada um é que se ouve o «grito de revolta». Contudo, as várias tentativas, ainda que falhadas, de constituição de uma associação de consumidores, deixa-nos bons indicativos para um futuro próximo, perante o acelerar da economia no nosso país.

Ao Estado de Direito, a quem cabe a responsabilidade suprema de dar proteção aos mais desprotegidos, tem passado ao lado toda a narrativa sobre as implicações dos consumidores. Porém, é fazer justiça valorizar os primeiros passos dados nesse sentido, com a criação da AGER<sup>276</sup> e o alargamento das atribuições dessa nova instituição pública de regulação DRCAE, mostrando uma clara consciência sobre a situação precária a que estão submetidos os consumidores.

Por outro lado, o estabelecimento de uma Provedoria de Justiça anunciada para breve em São Tomé e Príncipe,<sup>277</sup> apesar de declaradamente circunscrita aos temas dos direitos humanos, a verdade é que, na “...*sua função genérica de defesa dos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos...*”, essa instituição pode enquadrar matérias de direitos dos consumidores, recebendo e procedendo ao encaminhamento das queixas apresentadas no seu foro<sup>278</sup>.

---

<sup>275</sup> Depoimento de uma funcionária da DRCAE.

<sup>276</sup> É imperial reconhecer e sublinhar, que nos últimos tempos vem-se notando algum despontar dum novo dinamismo no comportamento desta entidade reguladora.

<sup>277</sup> <http://rnstp.st/index.php/geral/magazine/politica-sociedade/item/148-governo-anuncia-a-criacao-de-uma-provedoria-de-justica-no-pais> (11/12/2015; 21:36).

<sup>278</sup> Jorge Pegado Liz – *Conflitos de consumo. Uma Perspetiva Comunitária de Defesa dos Consumidores*. 1998, p. 75.

## **SECÇÃO II – DA CONSTRUÇÃO DE UM QUADRO JURÍDICO-LEGAL E INSTITUCIONAL DE PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES PARA SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE**

### **1. PROTEÇÃO COLETIVA DOS CONSUMIDORES**

Nesta secção, assim como anunciado na introdução, ansiamos poder presentear com contribuições visando a construção de uma realidade jurídica – com leis necessárias – e institucional – com sugestões de instituições vocacionadas –, que possam conceder uma maior garantia protetiva dos direitos fundamentais dos consumidores.

Olhando para a realidade são-tomense, é imperial combiná-la com os melhores meios de proteção jurídica dos consumidores, quer no que tange à legiferação, quer no que concerne ao acesso à justiça pelos consumidores. Ou seja, indicar leis que sejam realmente a concatenação com o ‘mundo real dos são-tomenses’ e insinuar a edificação de instituições que possam materializar essas leis. Sumariando, substanciar a ideia da criação de um quadro jurídico-político, legal e institucional de defesa dos cidadãos revestidos na pele franzina de consumidor.

Tudo isso passa-se pelo fundamental, que é a educação dos consumidores, negando uma eventual inversão da fotossíntese do processo de transformação dos direitos subjetivos em defesa objetiva dos consumidores, ao passo que conceder direitos sem educar o seu uso pode não resultar em nada.

Primordialmente, é ao Estado que compete a responsabilidade, como complemento da sua função legiferante, de erguer um «edifício» jurídico com repartições de vários institutos jurídicos para o prosseguimento do fim da defesa dos consumidores. Evidentemente, que dado ao reduzido espaço territorial e a limitada densidade populacional, não nos parece de todo que seria uma multiplicidade de instituições a garantirem uma maior e melhor resposta aos problemas que enfermam os consumidores em STP. Seria sim, no nosso entender, a boa estruturação de uma instituição – um Instituto do Consumidor, eventualmente – dotado de serviços e meios capazes de executar as funções que visem o alcance da missão de extirpar as debilidades sofridas pelos consumidores são-tomenses.

Claro está, é imprescindível salientar a independência política, institucional e económico-financeira desta instituição para escapar a uma eventual captura pelos

interesses políticos e económicos instalados (lobbies) e evitar que esta, tal como foi com as outras organizações desta área, seja forçada a sucumbir-se, pelo menos funcionalmente.

No seguimento da teoria que ensina João Calvão da Silva,<sup>279</sup> podemos aferir três modelos «institucionais» de defesa dos interesses dos consumidores, que reúnem maior consenso. Está claro, que estamos perante a «foto-estrutura» da realidade portuguesa. Trata-se dos modelos da *autotutela*, *do controlo administrativo* e *do controlo judicial*.

### 1.1. DA AUTOTUTELA

Neste modelo de defesa dos consumidores é crucial, podendo mesmo dizer-se indispensável, a capacidade organizacional e o espírito de associativismo da comunidade. Pois aqui a defesa dos consumidores fica confiada aos mesmos enquanto um grupo organizado e representativo dos cidadãos (consumidores), com o objetivo de defender os seus direitos e interesses legitimamente consagrados na constituição e nas leis.

Como destaca João Calvão da Silva<sup>280</sup>, isto só é possível em países cujo *padrão de vida e bem-estar social* seja elevado. O que não pode configurar-se, de todo, o caso de STP. Falar de STP é mencionar uma sociedade tímida em questões de associativismo em defesa do interesse público, onde os grupos são encarados, sempre ou quase sempre, ou como meras costelas de orientação político-partidária ou como grupos de «voluntários» de ação social.<sup>281</sup> É claro que a defesa dos consumidores não deixa de ser, no fundo, uma ação social, mas esta conflitua-se com os interesses dos detentores do poder económico, o que certamente resultará no enfraquecimento ou na anulação deste grupo de pressão e dos seus membros.<sup>282</sup>

---

<sup>279</sup> João Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, pp. 50 – 54.

<sup>280</sup> Cfr. *Responsabilidade Civil do Produtor*. Almedina. 1990.

<sup>281</sup> Exemplificando: Associações de classes profissionais; várias Associações de moradores; Associações dos Jovens voluntários da Santa Casa da Misericórdia de STP (JUVECÓRDIA), dos jovens da Cruz Vermelha; vários outros Grupos organizados em Associações de apoio aos demais favorecidos, etc. Ou quando não, as cooperativas que normalmente têm um interesse económico. Os consumidores não são uma classe, consumidores somos todos.

<sup>282</sup> Fala-se de várias associações de defesa dos consumidores que foram criadas há já algum tempo, mas que nem com uma profunda e insistente busca conseguimos obter informações concretas e detalhadas sobre as suas existências e funcionamento. É evidente que – se existem(iram) – nunca funcionaram ou morreram no «parto». Associações anunciadas por Hilário Garrido – *Reflexões Jurídicas – Direito e Política*. 2014, p. 67-8.

Para este modelo, confluem duas inconveniências que o arrojariam para o insucesso no país em estudo. O fraco nível de vida e as objeções dos fornecedores de bens e prestadores de serviços somadas com o poderio dos grupos de poder existentes na sociedade são-tomense.

Contudo, advertimos para a cautela na interpretação, porque de maneira alguma, estaríamos, com isso, a arremessar para longe dos consumidores as suas responsabilidades na defesa dos seus direitos e interesses. Qualquer que seja o modelo predominante de defesa dos consumidores, estes são chamados (quer a título individual, quer coletivamente) a auxiliar, senão mesmo, a impulsionar a efetivação da defesa dos seus direitos e interesses. A proteção dos consumidores é sim uma missão do Estado, mas ela é essencialmente também do próprio consumidor,<sup>283</sup> e por isso o legislador deve conceder meios de defesa aos consumidores para se acautelarem das eventuais agressões ou ameaças de agressões aos seus direitos.

## **1.2. DO CONTROLO ADMINISTRATIVO**

A própria designação deste modelo de defesa dos consumidores deixa visivelmente subentendida a ideia subjacente à sua forma. Aqui, o protagonismo pertence à Administração que deve assegurar as rédeas da «coisa» e alongar na prática os seus dotes de ocupações administrativas e com instituições vocacionadas criadas ou adaptadas para o efeito, proteger os direitos dos consumidores.

Isto tanto pode ser através de entidades públicas independentes, dotadas de poder e autoridade administrativas, como pode ser por meio de Direções-gerais da hierarquia da Administração Pública criadas ou adaptadas para o exercício, cumulativamente (mas com alguma preponderância essencial e efetiva) ou como especialidade, de funções tendentes à proteção dos consumidores.

Eventualmente, seja por este modelo que a sociedade são-tomense clama e que ainda não lhe foi concedido. Veremos essa questão adiante, quando propusermos um modelo para STP.

---

<sup>283</sup> Aplica-se em pleno a deixa de Hilário Garrido, de que ninguém cuida melhor dos seus direitos do que o próprio sujeito. V. *Reflexões Jurídicas – Direito e Política*. 2014, p. 65.

Acresce à essa noção, o facto de o próprio Estado ser também ele fornecedor e distribuidor de bens e produtos e prestador de serviços – como tal responsável pelo respeito dos direitos e interesses dos consumidores, que como todos os outros, acarreta a responsabilidade «reparativa» em caso de violação.

### 1.3. DO MODELO DE CONTROLO JUDICIAL

O modelo do controlo judicial visa outorgar ao poder jurisdicional a responsabilidade de proteção dos consumidores.

Este último modelo, na fila dos que nos propusemos abordar nesta secção, modelo do controlo judicial da proteção dos direitos e interesses dos consumidores, parece-nos, desde já, aquele que se coloca mais remoto da efetivação prática e perseverante da função de proteger o contraente mais frágil da relação de consumo, o consumidor.

A começar, por causa da sua atuação *a posteriori* que não garante em mais nada, além da sua função dissuasora, a proteção dos direitos e interesses dos consumidores.

No quadro da proteção dos consumidores, o modelo do controlo judicial insere-se, e é onde se enquadra, perfeitamente, no direito à reparação dos danos sofridos pelos consumidores. Aliás, eles vêm casados na LDC portuguesa e não é por acaso.<sup>284</sup> O artigo 13.º desta lei, que refere a legitimidade ativa, vem construir atalho para a concretização do direito à reparação e, se quisermos ser rigorosos, morre com a realização deste objetivo.

## 2. O MELHOR MODELO PARA SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE

Para São Tomé e Príncipe começamos por parafrasear a frase terminal da abordagem do autor João Calvão da Silva<sup>285</sup> sobre o assunto, entendendo que esses modelos “...*não são, ou não têm de ser, compartimentos estanques, a funcionar em alternativa; podem e devem coexistir, como modelos integrativos no mesmo ordenamento jurídico, a autodefesa, a tutela preventiva e a proteção “a posteriori” do consumidor.*”

Com propriedade, podemos informar, que nenhum modelo seria cabalmente satisfatório se divorciando dos outros modelos, e muito menos, numa realidade tão peculiar como a nossa.

Os cidadãos são-tomenses, devido ao baixo indicador de consciencialização sobre os seus direitos enquanto consumidores, que ditosamente hoje em dia tende a aumentar, mas sendo essencialmente uma sociedade consagrada por uma cultura de

---

<sup>284</sup> Os artigos 12.º e 13.º da Lei n.º 24/96, de 31 de Julho – Lei de Defesa do Consumidor – formam, em *colúio*, a moldura para a efetivação do modelo do controlo judicial.

<sup>285</sup> João Calvão da Silva – *Responsabilidade Civil do Produtor*. 1990, p. 55.

«comodismo» e «conformismo» apoiados numa «descrença» na mudança,<sup>286</sup> a paternalidade estadual é fulcral para o desenvolvimento de qualquer questão relacionada com os cidadãos de modo em geral.<sup>287</sup> Sem o patrocínio da iniciativa pública, *grosso modo*, nada ou muito pouco se consegue realizar.<sup>288</sup>

Daí que, evidentemente, sem negar a incorporação dos modelos do controlo judicial e, essencialmente, do modelo da autotutela, enquadra-se melhor na realidade são-tomense típica o modelo da participação proactiva do Estado – tutela administrativa.<sup>289</sup> Obviamente que são condições indispensáveis para a materialização bem sucedida desse modelo, o acompanhamento de uma política próxima de educação e formação dos consumidores, que deverá desembocar, como consequência necessária e provocada, na organização dos consumidores em associações e cooperativas visando a defesa dos seus direitos e interesses.

A proximidade que existe entre o Estado e os meios de comunicação social existentes no país, tendo em especial atenção que a Rádio e a Televisão mais vistas no país são as públicas, o Estado tem aqui um trunfo importantíssimo a seu favor.

## 2.1. A URGÊNCIA DE UM INSTITUTO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

No mesmo sentido que o autor Hilário Garrido,<sup>290</sup> a «superdependência» das direções administrativas ao governo, leva-nos a preterir da criação de uma destas, ainda que eventualmente Geral, propondo mesmo a instituição de um organismo independente, com poderes próprios. Estamos a referir, logicamente, no âmbito da administração

---

<sup>286</sup> Em tudo contrário ao ideal secular do homem são-tomense caracterizado pelo *léve-léve* originalmente definido na sua “...*marca da serenidade e autoestima, da perplexidade e clarividência, do respeito e humildade, da sagesa e prudência...*”, conforme muito bem abordado por Costa Alegre – *Santomensidade*. 2005, p. 105-6.

<sup>287</sup> Enfim, o bem-estar de todos é sempre largado à conta do Estado, “mordomo” dos são-tomenses. Dificilmente se regista uma participação ativa dos cidadãos na elaboração de mecanismos e prosseguimento do interesse de «toda gente».

<sup>288</sup> Se bem repararmos, a plataforma de «facebook» <https://www.facebook.com/DDCSTP/?ref=ts> (02/12/2015; 10:43) que foi criada em finais de Agosto, como ponto de despejo das denúncias de desrespeitos dos direitos e interesses dos consumidores, até princípio de Outubro ainda funcionou, tendo se registado algumas reclamações. E de lá para qui, será que não houve mais nenhuma situação relevante? Seria um bom registo, caso assim fosse.

<sup>289</sup> É mister elucidar, combinando com ideias do entendimento de diversos autores, que uma “paternalização” extremada do Estado, cedendo a tentação de um comportamento de dirigismo público, pode tornar a economia burocrática e ser custoso para o Estado, que na tentativa de proteger integralmente o consumidor, considerando-o amplamente incapaz de participar por si só nas relações interprivadas de consumo, pode pesar, sobremaneira, como elemento desincentivador ao investimento privado.

<sup>290</sup> V. *Reflexões Jurídicas – Direito e Política*. 2014, p. 65. Sem dispensar a colaboração dos cidadãos consumidores (idem. p. 66).

indireta do Estado, da criação de uma pessoa coletiva de direito público, responsável, transparente e dedicada exclusivamente à causa da defesa dos consumidores, fomentando e patrocinando com meios necessários a criação de associações de consumidores e trabalhando em cooperação com elas.

Importa, neste contexto, confirmar que *a necessidade é a mãe da invenção* (adaptando a frase do Presidente Obama)<sup>291</sup> e reiterar que a instalação de um Instituto de Defesa do Consumidor, promotor e executor das políticas públicas de consumidor, por cada dia mais que se tarda, torna mais premente a sua fundação, atendendo a diversos aspetos de insegurança e clarividência sobre o assunto, esta que prosperamente se vem despertando na consciência social são-tomense.

Propomos, assim, a invenção de uma entidade fora da hierarquia direta da Administração, à semelhança do Instituto da Juventude em STP, claro está, com uma emancipação mais nutrida do que este, cuja independência deva ser assinalada por uma sincera autonomia orgânica, funcional, técnica e financeira e com património próprio. Embora, pela natureza distinta dos institutos públicos, tem que estar adstrito à superintendência da tutela ministerial.

Autonomia orgânica alcançada com a deteção de órgãos e serviços próprios, funcionando no respeito por uma hierarquia interna determinada pela norma jurídica que defina a sua orgânica. Os seus membros devem se distanciar, no exercício das suas funções, de diretrizes ou orientações da Administração, sendo-lhes garantidos uma independência técnica que os permita exercer as suas funções sem interferência de outros órgãos. Finalmente, para rematar o seu estatuto de independente deve ser concedido ao instituto a autonomia de gestão, podendo gerir de *per si* as suas finanças no restrito respeito pelas regras da boa gestão da coisa pública.

Para garantir que o instituto não seja capturado pelos interesses políticos ou pelos interesses económicos (poder económico instalado – “lobbys”), a indicação dos membros do corpo diretivo do instituto deve obedecer à um processo complexo de indigitação, eleição e nomeação. E os seus membros sujeitados, no exercício das suas funções, ao escrutínio, nomeadamente, dos princípios básicos da incompatibilidade e do impedimento.

---

<sup>291</sup> Proferida na Cimeira do Clima. Paris. 2015.



## 2.2. DA IMPORTÂNCIA DO LIVRO DE RECLAMAÇÕES

Do ponto de vista do *empowerment* dos consumidores e da *diversification* dos seus meios de atuação, *máxime* de queixa, é mister a regulamentação e a obrigatoriedade do uso do livro de reclamações. Este é o meio mais típico, rápido e acessível pelo qual o consumidor pode reagir, prontamente e no local do incidente, dando início ao procedimento de averiguação do respeito pelo fornecedor dos direitos e interesses daquele, o consumidor.

Importa sublinhar, que os livros de reclamações permitem aos consumidores – formados e informados – reagirem preliminar e imediatamente contra as agressões perpetradas em desfavor dos seus direitos e interesses legítimos, abonando pela suplantação da inércia e do conformismo de "deixar estar" quando a "água arrefece" prolongando a ideia de "irresponsabilização". Assim estamos perante um consumidor, ele mesmo, executor da sua proteção jurídica.

Em concreto, teremos um consumidor mais participativo e exigente na defesa dos seus direitos, frutificando um exercício ativo de cidadania.<sup>292</sup> Pela melhoria da qualidade dos bens e serviços prestados aos consumidores, quer no sector de atendimento ao público da administração, quer no sector privado de fornecimento de bens e de prestação de serviços, se requer a imposição da obrigatoriedade de uso do livro de reclamações.

Atualmente, em São Tomé e Príncipe, existem nalguns sectores privados de atividades de prestação de serviços, nomeadamente bancário, livros de reclamações que em boa verdade grande parte mora num «esconderijo». Por outra, o livro é no final tão e só usado pelas empresas como um meio de avaliação dos seus serviços que, como é natural, tentam resolver internamente e improcedem as queixas que as poderiam ser desfavoráveis em sede de recurso litigioso. Isto mostra-nos, claramente, a insuficiência da simples existência do livro, sem que haja, para além da regulamentação, em primeiro lugar, a publicidade dessa existência, e em segundo lugar, a existência de uma instituição fiscalizadora.

---

<sup>292</sup> É o próprio legislador português a reconhecer a importância do livro de reclamações, pelo que opta pela sua expansão à mais áreas. V. Preâmbulo do DL n.º 156/2005 de 15 de Setembro.

### 2.3. A NÍVEL DE LEGISLAÇÃO

Aditando às já várias sugestões legislativas para o modelo são-tomense de defesa dos consumidores, deixadas ao longo da explanação, parece-nos justificável, tanto quanto possível, a compilação desses subsídios, e eventualmente, acrescentar-lhes mais alguma ou outra ideia. É inevitável assinalar, que o ponto de partida para a nova jornada da dignificação da pessoa humana em STP tem que ser sinalizado pelo legislador, até agora aparatoso na sua mudez sobre o assunto – proteção dos consumidores.

Naturalmente, que o foco do direito do consumidor visa restabelecer o equilíbrio de poderes negociais entre os intervenientes na relação de consumo, funcionando, esse mesmo direito, como um contrapeso para a elevação da posição fragilizada e precária do consumidor ao nivelamento com a posição profissional e informada do seu contraente – distribuidor ou prestador. Porém, tudo pode se passar despercebidamente, a intervenção para a proteção do consumidor pode ser desnecessária, desde que, como *conditio sine qua non*, sejam honrados, basicamente, os princípios da boa-fé, da liberdade e da responsabilidade.

Assim, daí que, numa sociedade atípica, ou se preferirmos peculiar, como é a nossa, ainda se situando no dealbar da construção de um novo edifício jurídico, o crânio dessa, para nós, nova disciplina jurídica, se deva produzir legislações para estancar a corrente de impunidade dos contratantes profissionais. Ou seja, oferecer aos consumidores mecanismos de reação e perseguição face às suas maiores e pungentes inquietações.

Desde logo, concorre, entre nós, a par e passo como maior garantia da vanguarda, a nosso ver, a regulamentação e obrigatoriedade do uso dos cadernos de reclamações<sup>293</sup> e a determinação de um regime apertado para as cláusulas contratuais gerais. Claro está, uma vez mais, se destaca, como figurino extremamente insubstituível indexado à política legislativa, a promoção de uma estratégia pública de formação e informação em geral, capacitando os consumidores para o exercício dos seus direitos, ou melhor dizendo, para a efetivação prática da defesa dos seus direitos legalmente protegidos e legítimos interesses.

---

<sup>293</sup> Esta configura-se numa das maiores necessidades nos serviços públicos e nos estabelecimentos comerciais privados para projetar veementemente o eco duma cultura de responsabilização, pouco habitual nos nossos serviços.

O estabelecimento de um governo-geral, regime regra, de proteção dos consumidores, claro está, apenas pode ser conseguido com a fixação de uma lei base de defesa dos consumidores, para o qual a LDC de Portugal é um belíssimo exemplo, podendo apenas ser aqui e ali adaptada nalgumas particularidades, à realidade socioeconómica são-tomense.

Verdadeiramente, o que se exige e se espera do Estado são-tomense é uma invasão, no campo legislativo, com normas imperativas, ao domínio das relações jurídicas interprivadas de consumo, restringindo a autonomia individual, ciente da preocupação de fazer valer os direitos dos consumidores para (re)estabelecer a justiça comutativa do contrato e conquistar a confiança dos consumidores nos mecanismos e sistemas de mercado. Ou seja, apela-se esperançosamente à criação material e introdução no sistema jurídico são-tomense de um verdadeiro «direito do consumidor», como existe nas várias sociedades civilizadas.

### **3. A PERCEÇÃO DE UM QUADRO DE DEFESA DOS CONSUMIDORES PARA STP**

Atualmente, a realidade com que deparamos no moderno mundo económico da era da industrialização, obriga-nos à uma modelação necessária e imprescindível de adaptação ao presente figurino socioeconómico e jurídico de transações de produtos, bens e serviços, bem como de transmissão de direitos e assunção de obrigações.

Na sequência da “deixa” dos pontos precedentes, seguimos sublinhando para concatenar e concluir, que a impotência dos direitos dos consumidores em STP se deve, inevitavelmente, a quatro aspetos que elegemos como relevantes, e que merecem um sumariado tratamento. São *i.* a insignificante legislação de vocação protetiva dos consumidores; *ii.* a carência de organizações vocacionadas para a defesa do contraente mais débil; *iii.* o desconhecimento pelos consumidores dos seus direitos; *iv.* e a fraca cultura de associativismo para a prossecução dos interesses individuais homogêneos, coletivos e difusos.

Perante este cenário quadripartido de insuficiências, se impõe ao Estado o desafio de ser o impulsionador da regulamentação, da institucionalização, da consciencialização, da promoção de reunião e prossecução do interesse coletivo pelos cidadãos organizados e da efetiva proteção jurídica dos consumidores.

I - Um primeiro aspeto a relevar, consiste na necessidade de estabelecimento de um regime jurídico geral<sup>294</sup> com criação de normas jurídicas de características protetivas do consumidor classificado como o contraente fragilizado da relação jurídica de consumo. Claramente que, para se reintroduzir o (tão pretendido) equilíbrio da relação de consumo, requer que limites sejam estabelecidos à autonomia privada, sendo esta a fonte do desequilíbrio existente entre as partes contratuais. Pois, é para tal, que se argumenta no sentido da adoção legislativa de uma moldura que sirva de regime regra, estabelecendo balizas, tanto para a atuação dos protagonistas (distribuidores, prestadores e consumidores) como para a definição do próprio campo legislativo *a posteriori*. Por outro lado, traduz na atribuição formal de direitos à um novo sujeito jurídico, o consumidor, que só assim, poderá se socorrer dos tribunais para reclamar das situações de violação dos seus direitos e interesses, agora legalmente protegidos.

II - No segundo ponto em destaque, as atribuições da AGER e da DRCAE, apesar de muitas delas serem bem direcionadas à defesa do consumidor, na prática, fruto das consequências do estatuto de competências secundárias por causa da característica especial dos seus fins, o resultado fica curto para a compreensão da efetiva proteção dos consumidores (na sua generalidade). Portanto, uma vez criadas as normas jurídicas de proteção do consumidor, a institucionalização de um Instituto do Consumidor começa a ganhar peso. Este órgão de direito público deve constituir o garante da promoção e execução de políticas públicas voltadas para o campo da informação, educação e defesa dos consumidores.

III - Em terceiro lugar, salientar que as políticas desenvolvidas pelo Instituto do Consumidor devem ter em linha de conta, fundamentalmente, a educação e a informação dos consumidores sobre os seus direitos. Como bem referencia Mário Beja Santos<sup>295</sup>, no campo do direito do consumidor “...educar significa preparar um consumidor judicioso e eficiente para si próprio e para os seus.” A informação possibilita construir um sujeito consciente e lúcido, parte numa relação jurídica originariamente desigualada, fazendo-o reentrar no conceito de equilíbrio contratual. Com (breves) programas televisivos e radiofónicos sobre a educação e formação dos consumidores, é possível dotar os consumidores de conhecimentos suficientes sobre a sua posição contratual, os seus direitos e modos de defesa dos seus interesses.

---

<sup>294</sup> Assessorado por legislações de âmbito específico, como são os casos eleitos como cruciais da elaboração e publicitação dos preços; a questão das cláusulas contratuais gerais; a obrigatoriedade dos livros de reclamações, etc.

<sup>295</sup> Cfr. *Consumidor Diligente, Cidadão Negligente – Olhares sobre o mercado atual e as tendências do consumo*. 2010, p. 40.

IV - Assim, num quarto plano de distinção, trazemos à colação esse mesmo Instituto do Consumidor, agora revestido num papel preponderante de propulsor e incentivador, apoiando a constituição de associações de consumidores. Numa das áreas de atuação do Instituto deve imprimir-se-lhe responsabilidades de sensibilização perante os cidadãos, de forma a fomentar um maior ímpeto pela defesa do “bem comum” – saúde e segurança dos consumidores (que somos todos nós).



## CONCLUSÕES

Agora no final, é importante elencar as diversas conclusões extraídas de acordo com os variados temas debruçados ao longo do presente exercício. Seguindo uma lógica sistemática, podemos extrair conclusões na linha da coerência dos capítulos desenvolvidos. Pelo que nos oferece, neste momento, apresentar o resultado das indagações que fomos realizando.

Globalmente, a ideia com que se fica sobre o conteúdo do tema da presente dissertação irradia-se a partir das seguintes noções:

- I. Durante largos anos afins, com o reinado da época intocável do direito civil, as normas jurídicas reguladoras das relações interindividuais se fundavam nos santificados princípios da igualdade e da liberdade contratuais.

Todavia, em tese, com o elevado desenvolvimento socioeconómico, as regras jurídicas especiais de natureza protetivas são criadas visando a defesa de determinadas pessoas – *maxime*, dos mais fracos. Assim, o direito civil inatingível nos seus valores enformadores que assentam sobre a igualdade, liberdade e fraternidade se viu limitado por uma continuada hemorragia de normas tipicamente desequilibradoras, na visão civilístico-formal, mas exercendo de facto uma verdadeira função reequilibradora na execução fático-material dos negócios jurídicos intersubjetivos.

Grosso modo, passamos de um mundo liberalizado, onde a autonomia privada consistia numa ferramenta de exploração de uns por parte de outros para uma nova realidade em que a proteção devida aos mais fracos fortalece a sua posição e cria reais contrapesos aos poderes económicos dos agentes económicos.

- II. No hodierno figurino dum mundo industrializado, onde a economia é determinada pelos capitalistas, grandes dúvidas são dissipadas naquilo que é a dependência dos consumidores aos produtores e distribuidores de bens e prestadores de serviços detentores de toda a informação, deveras tecnicistas e com um poder económico cada vez mais maximizado.

Neste contexto, o consumidor mais não é do que um mero “sujeito” sujeito à aceitação das precárias condições contratuais que lhe são impostas.

Porém, a dificuldade se torna mais angustiante para o consumidor quando em consequência do contratual, considerado por isso justo, resulta a obrigatoriedade de cumprir o harmónico e livremente acordado, ainda que se configure na exploração de um por parte do outro.

Em realidade concreta como a de STP, à isso se soma o abstencionismo e a inércia de um Estado de Direito Democrático, mesmo nesse tempo em que os entraves dos ideais liberais já se encontram ultrapassados. O que faz com que as condições da posição contratual dos consumidores seja encarada como hostil às suas legítimas pretensões e direitos.

- III. Certo é que, por um lado, a transformação da «sociedade de abundância» numa «sociedade de consumo» ou ainda se quisermos numa «sociedade de necessidades ou de necessitados»<sup>296</sup>, forjada pela publicidade – criando e fabricando necessidades artificiais; pelas facilidades no crédito ao consumo – provocando a ilusão dos consumidores sobre a sua real capacidade económica; e pelas aprimoradas técnicas de promoção e *marketing* – quase que hipnotizando os consumidores com os métodos agressivos de vendas, somando e se esbatendo, por outro lado, as condições precárias de uma concorrência leal e se acentuando cada vez mais uma massificação de consumo, o consumidor fica colocado em desvantagem, sem informação, formação e educação que lhe permitam fazer escolhas racionais dos bens, produtos e serviços mais aptos para a satisfação das suas necessidades.
- IV. Igualmente, o aceiteamento e a difusão das cláusulas contratuais gerais, que permitem à uma das partes, unilateralmente, determinar esquemas negociais pré-elaborados sem a intervenção da outra parte, força a ideia de um escrutínio dessas cláusulas<sup>297</sup> por parte da administração. Uma nova realidade que motiva a mutilação da apregoada autonomia privada pelo agravamento das fragilidades do contraente naturalmente debilitado. Uma situação característica das relações sociais privadas do pós industrialização e que não se verificava somente a nível das relações de consumo. O recurso mais próximo é o dos desenvolvimentos notáveis do direito do trabalho, que aliás, foi precursor na

---

<sup>296</sup> Perante isto, bem se pode dizer, no pretérito imperfeito que, o que deveria locomover os consumidores aos mercados seria a precisão de satisfação das suas reais necessidades.

<sup>297</sup> Lembrando que essas cláusulas constituem verdadeiras leis que regulam a relação jurídica intersubjetiva estabelecida entre as partes.



regulação dessas relações originariamente desequilibradas, fruto das debilidades de uma das partes.

- V. A limitação dos poderes negociais pela necessidade e insuficiência informativa instalava uma submissão da parte menos forte ao poderio económico-financeiro da parte mais forte.

Este mundo novo criado pela industrialização exige, claramente, a intervenção da mão pesada do Estado de Direito pelos seus meios apropriados (legislativo e administrativo, bem como judicial) para definir responsabilidades – dos produtores e distribuidores – visando assegurar uma efetiva proteção da parte débil da relação jurídica (de consumo, *in casus*, do consumidor).

Eis que surge como consequência dessa evolução registada no âmbito das relações de consumo normas jurídicas de proteção de sujeitos bem identificados das relações interprivadas – o *consumidor*.

- VI. Com vários desafios ao colo, o nascimento de mais esse domínio de direito veio acompanhado de significativas interrogações, das quais a mais importante centra-se na sua independência disciplinar.

Entendemos que a autonomia do direito do consumidor é justificável e justificada por um critério categorial e finalista de proteção e promoção dos direitos e interesses dos consumidores, que constitui o desígnio das normas realizadoras do conteúdo, do propósito e do âmbito de aplicação desta nova ala jurídica.

Não podendo nenhum ramo de direito aportar as características de parcialidade das normas protetivas do consumidor por causa das características específicas da relação jurídica de consumo subjacente (especialidade dos seus sujeitos e objeto), apenas deve restar a sua sobrevivência como uma safa à parte da ciência jurídica.

- VII. Constituiu-se um novo ramo autonomizado de direito, ao qual preferimos denominar de direito do consumidor, por tratar-se do destinatário desse complexo normativo e de princípios fundados no lustroso objetivo de defender interesses de um sujeito concreto parte numa relação jurídica e não

especificamente regular um ato – *ato de consumo* – celebrado entre dois sujeitos.

- VIII. Destarte, o direito do consumidor submete a autonomia privada à um crivo limitativo da liberdade contratual que funciona como elemento equilibrador do poder negocial (e das consequências do seu exercício).

O exemplo mais palatável é o caso das cláusulas contratuais gerais onde se estabelece o encargo e se faz pender para o proponente o ónus de informação detalhada e elucidativa e de comunicação na totalidade do elenco dessas cláusulas, sujeitas ao regime de nulidade e com a criação de mecanismos de redução, e com as ações inibitórias, etc.

- IX. Revigorados constantemente, os direitos dos consumidores ganharam uma dimensão tal atingindo o cume com a prescrição como direitos fundamentais. Desta feita, se destacando entre os demais, o direito à formação e à educação, à informação e à proteção jurídica, no nosso entender, sobressaltam à vista pelas suas importâncias e sofisticações.

O *direito à formação* e à educação, essencialmente, prende-se com a oneração do Estado na incumbência de dotar os cidadãos (consumidores) de capacidades que permitam a sua consciente abordagem ao mercado e resistência às vendas agressivas.

Do *direito à informação* se exige da parte tanto do próprio Estado como das contrapartes dos consumidores informações necessárias e suficientes para uma tomada de decisão lúcida e sabedora na fundação de um negócio que vise o consumo.

Com uma periferia maior, o *direito à proteção jurídica* deve resumir a garantia do respeito total pela segurança e pelos legítimos interesses económicos e não só dos consumidores.

- X. Face a esse notável desenvolvimento do direito do consumidor no atual quadro de um mundo cada vez mais globalizado e próximo, com um comércio assinalado pela evolução de mecanismos de vendas à distância, pela complexibilização das relações de consumo, com o produtor visivelmente mais longínquo do comprador final (consumidor) – anotando que as informações se

vão perdendo com o distanciamento –, assim, consciente dos objetivos do Estado são-tomense na transformação do país numa plataforma regional e internacional de comércio, eis que se justifica uma evidente regulação, fiscalização e intervenção do poder público regulador, fiscalizador e punitivo para a criação da confiança dos consumidores e até mesmo dos operadores económicos, que vem escasseando no sistema das atividades económicas em STP.

- XI. A verdade é que, em São Tomé e Príncipe, pondo de lado, apesar das atribuições, a incipiente e pálida atuação da AGER e da DRCAE, que revelaram uma inconsequente política de defesa da parte mais frágil na relação de consumo, nenhuma proteção jurídica efetiva existe para os consumidores.

Contudo, pelo simples despontar de uma clara política de defesa dos consumidores que as criações destas instituições de direito público representaram, não podemos branquear o logrado elogio conquistado. Nesse sentido, abre-se aqui, desta forma, uma janela de esperança para os consumidores são-tomenses, a qual se augura para STP.

- XII. Portanto, em correspondência e paralelamente à necessidade de se robustecer a ordem jurídica de normas protetivas – no quadro do direito do consumidor –, é crucial forjar ainda uma obrigação para um Estado interveniente em dois níveis e de modos identificados para dois lados diferentes: adotando uma orientação proactiva em relação aos consumidores – formando-os para elevar a sua clarividência crítica sobre os seus direitos e para uma avaliação da necessidade de consumo de bens, produtos e serviços que realmente os interessem –; e doutro lado, assumindo uma posição impositiva de comportamentos aos produtores, distribuidores e prestadores obrigando-os a cumprir certos padrões de qualidade, segurança e informações sobre os bens, produtos fornecidos e serviços prestados aos consumidores.

- XIII. Para finalizar, decidimos adequar os provérbios populares à realidade do direito do consumidor em São Tomé e Príncipe, segundo o qual *quem não sabe é como quem não vê* e justamente porque *é fácil bater num cego* pensamos que uma política de educação e informação dos consumidores sobre os seus direitos, pode clarear a cegueira e garantir uma maior proteção

aos direitos e interesses dos consumidores são-tomenses com a sua imperiosa participação.

É aguardada, “desassossegadamente”, a hora do legislador são-tomense sofrer um «surto hemorrágico» legislativo sobre questões determinantes do desenvolvimento social dos cidadãos – como se revela o caso dos direitos dos consumidores.

- XIV. O final feliz perspectivado para esta realidade (convém acordarmos do sonho de ficção, pois esta realidade se afigura inalcançável perante tal registo evolutivo da sociedade)<sup>298</sup>, seria um Estado formador de cidadãos iluminados sobre os seus direitos e deveres, agindo no cómodo do princípio da solidariedade responsável.

---

<sup>298</sup> “A ânsia do lucro por parte de quem oferece há-de fomentar sempre a ânsia da posse por parte de quem procura.” V. Carla Amado Gomes – *Os Novos Trabalhos do Estado: A Administração Pública e a Defesa do Consumidor*. 2002, p. 61.

## BIBLIOGRAFIA

AGUIAR, António; [et al.]

- *Olhares Cruzados sobre a Economia de São Tomé e Príncipe*. Lisboa. Edições Colibri/Universidade Lusíada de São Tomé e Príncipe. 2013.

ALARCÃO, Rui de

- Globalização, Democracia e Direito do Consumidor. *In Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8 (2006 / 2007) pp. 17 – 27.

ALEGRE, Francisco Costa

- *Santomensidade*. 1.<sup>a</sup> edição. São Tomé : UNEAS (União Nacional dos Escritores e Artistas de São Tomé e Príncipe), 2005.

ALMEIDA, Carlos Ferreira

- *Os Direitos dos Consumidores*. Lisboa : Livraria Almedina, 1982.
- *Os Direitos dos Consumidores*. Almedina. 2005.
- O futuro do Direito do Consumo na Crise Económica Global. *I Congresso Luso-Brasileiro de Direito*. Lisboa : Almedina, 2014, pp. 33-40.

ALMEIDA, Teresa

- *Lei de Defesa do Consumidor – Anotada*. Instituto do Consumidor. Lisboa, 1997.

ANDRADE, José Carlos Vieira de

- Os direitos dos consumidores como direitos fundamentais na Constituição portuguesa de 1976. *In Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 5 (2003) pp. 139 – 162.

ASCENSÃO, José de Oliveira

– Direito Civil e Direito do Consumidor. *In Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 8 (2006/2007) pp. 29-49.

ANTUNES, Ana Filipa Morais

– *Comentário à Lei das Cláusulas Contratuais Gerais*: Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de Outubro. 1.ª edição. Coimbra editora. 2013.

AZEVEDO, Maria Eduarda

– *Temas de Direito da Economia*. Almedina, 2014 – Reimpressão.

CABEÇO, Vítor M. Gonçalves

– A Educação para o Consumo e o Acesso ao Direito. *In Revista Portuguesa de Direito do Consumo*. N.º 80 (2014) pp. 172 – 179.

CARVALHO, Jorge Morais

– *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. Universidade Nova de Lisboa (2011).

– *Os Contratos de Consumo: Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*. Coimbra. Almedina. 2012.

– *Manual de Direito do Consumo*. 2.ª edição. Almedina, 2014.

– Venda de Bens de Consumo. *I Congresso Luso-Brasileiro de Direito*. Lisboa. Almedina (2014) pp. 79 – 106.

CARVALHO, Jorge Morais; GOVEIA, França

– *Conflitos de Consumo*. UMAC – Unidade de Mediação e Acompanhamento de conflitos de consumo. Almedina, 2006.

CORDEIRO, António Menezes

– *Tratado de Direito Civil Português : I Parte Geral : Tomo I*. Livraria Almedina. 1999.

- A Modernização do Direito das Obrigações – A integração da defesa do consumidor. *In Revista da Ordem dos Advogados*. N.º III, Lisboa (2002) pp. 711 – 729.
- Da Natureza Civil do Direito do Consumo. *In Estudos em Memória do Professor Doutor António Marques dos Santos*. Vol. I. Almedina, 2005.
- A Tutela do Consumidor de Produtos Financeiros. *Liber Amicorum Mário Frota: A causa dos direitos dos consumidores*. Almedina. 2012, pp. 51 – 60.

CRUZ, Branca Martins da

- Avanços e Retrocessos do Direito do Ambiente na Europa Comunitária: Análise Crítica da Diretiva 2004/35/CE relativa à Responsabilidade Ambiental. *In Revista Direito e Liberdade*. 2005.

CRUZ, Duarte Ivo; SEQUEIRA, Nuno de

- Notas sobre Defesa do Consumidor. *Cadernos de Ciência e Técnica Fiscal*. N.º 149. Lisboa, 1972.

DRAY, Guilherme Machado

- *O Princípio da Igualdade no Direito do Trabalho – sua aplicabilidade no domínio específico da formação de contratos individuais de trabalho*. Coimbra. Almedina, 1999.
- Breves Notas sobre o Ideal de Justiça Contratual e a Tutela do contraente mais débil. *In Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Inocêncio Galvão Telles*. Vol. I. Almedina (2002) pp. 75 – 105.

FALCÃO, David J. G.

- *Notas sobre Direito do Consumo e Compilação de Legislação Conexa*. Chiado editora. 1.ª edição. 2012.

FERNANDES, António Monteiro

- *Direito do Trabalho*. 16.ª edição. Almedina. 2012.

FERREIRA, Manuel Ataíde

- *O Consumidor e a Publicidade. Economia & Prospetiva: Comércio um sector chave*. Vol. II. N.º 1 (Abril/Junho, 1998) p. 135-138.

FERREIRA, Manuel Ataíde; LIZ, Jorge Pegado

- *Direitos do Consumidor: Coletânea de Legislação*. Vol. 1 (1995). DECO.

FERREIRA, Manuel Ataíde; ROGRIGUES, Luís Silveira

- *Cláusulas Contratuais Gerais : Anotações ao Diploma*. Lisboa. 1.<sup>a</sup> edição. DECO. 2011.

GARRIDO, Hilário

- *Reflexões Jurídicas – Direito e Política*. 1.<sup>a</sup> edição. Chiado editora. 2014.

GOMES, Carla Amado

- Os Novos Trabalhos do Estado: A Administração Pública e a Defesa do Consumidor. *In Estudos do Instituto de Direito do Consumo*. Vol. I. Almedina (2002) pp. 31 – 61.

GUERRA, António Castro; MESQUITA, José Manuel

- O Retorno ao Princípio da Soberania do Consumidor?. *Economia & Prospetiva: Comércio um sector chave*. Vol. II. N.º 1. (Abril/Junho, 1998) pp. 17 – 26.

KHOURI, Paulo R. Roque A.

- *Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo*. 6.<sup>a</sup> edição revista, atualizada e ampliada de acordo com a jurisprudência do STJ. São Paulo. Atlas editora. 2013.

LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes

- Consumo (Direito do). *Dicionário Jurídico da Administração Pública*. 2.<sup>o</sup> Suplemento. Lisboa (2001) pp. 91-108.



– O Direito do Consumo. Automação e Configuração Dogmática. *In Estudos do Instituto de Direito do Consumo*. Vol. I. Almedina. (2002) pp. 11 – 30.

– *Direito do Trabalho*. 2.<sup>a</sup> edição. Almedina. 2010.

LIZ, Jorge Pegado

– *Conflitos de consumo. Uma Perspetiva Comunitária de Defesa dos Consumidores*. Lisboa. Centro de Informação Jacques Delors. 1998.

– *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*. Lisboa. 1.<sup>a</sup> edição. Editorial Notícias. 1999.

– *Tendências Internacionais e Nacionais da Política de Proteção dos Consumidores – a posição de Portugal*. I Conferência Internacional do OBSERVARE (16-17 e 18 de Novembro, 2011).

MATOS, M. J.

– Consumo e consumismo: Autarquias e defesa do consumidor. *Administração Democrática, Exclusão Social e Poder Local*. N.º 140. (Janeiro/Junho, 2002) p. 77-79.

MONTEIRO, António Pinto

– Sobre o Direito do consumidor em Portugal. *In Revista Sub Judice, Justiça e Sociedade*. (Janeiro/Março de 2003). N.º 24 – O estado do Direito do Consumidor, pp. 7 – 13.

– Do Direito do Consumo ao Código do Consumidor. *In Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 1. Almedina. (1999) pp. 201 – 214.

NABAIS, José Casalta

– O Estatuto Constitucional dos Consumidores. *In Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Sérvulo Correia*. Coimbra Editora. Vol. I. 2010 pp. 479 – 508.

NASCIMENTO, Luís António Noronha

- As Cláusulas Contratuais Gerais na Jurisprudência do Supremo Tribunal de Justiça. *In Estudos de Direito do Consumo*. N.º 5 (2003) pp. 99 – 122.

OLIVEIRA, Elsa Dias

- *A Proteção dos Consumidores nos Contratos Celebrados através da Internet*. Almedina. 2002.

OLIVEIRA, Fernando Baptista de

- *O Conceito de Consumidor: Perspetivas Nacional e Comunitária*. Almedina editora. 2009.

OLIVEIRA, José Carlos de

- *Código de Defesa do Consumidor – Doutrina, Jurisprudência e Legislação Complementar*. III edição ampliada e atualizada. São Paulo. Lemos & Cruz editora. 2002.

SANTOS, Mário Beja

- *Consumidor Diligente. Cidadão Negligente – Olhares sobre o mercado atual e as tendências do consumo*. Edições Sílabo. 1.ª edição. Lisboa. 2010.

SERENS, Manuel Nogueira

- A Proibição da Publicidade Enganosa: Defesa dos Consumidores ou Proteção (de alguns) dos Concorrentes?. *Comunicação e Defesa do Consumidor, Atas do Congresso Internacional organizado pelo Instituto Jurídico da Comunicação da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra (25 a 27 de Novembro de 1993)*. 1996 pp. 229 – 258.

SILVA, João Calvão da

- *Responsabilidade Civil do Produtor*. Almedina. 1990.
- *Venda de Bens de Consumo*. Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de Abril. Diretiva n.º 1999/44/CE: Comentário – 2.ª edição revista e aumentada. Almedina, 2004.

SOUSA, Luís Pais de

– A Educação para o Consumo e o Acesso ao Direito. *In Revista Portuguesa de Direito do Consumo*. N.º 80. Associação Portuguesa de Defesa do Consumidor. 2014 pp.117 – 120.

SOUSA, Suzana Aires de

– *A Responsabilidade Criminal pelo Produto e o Topos Causal em Direito Penal: Contributo para uma Proteção Pena de Interesses do Consumidor*. 1.ª edição. Coimbra editora. 2014.

VARELA, Antunes

– Direito do Consumo. *In Estudos de Direito do Consumidor*. N.º 1. Almedina. 1999 pp. 391 – 405.

VASCONCELOS, Pedro Pais de

– *Teoria Geral do Direito Civil*. Vol. II. Almedina. 2002.

– *Teoria Geral do Direito Civil*. 5.ª edição. Almedina. 2008.

– *Teoria Geral do Direito Civil*. 7.ª edição. Almedina. 2012.

### **Índice de jurisprudência:**

Acórdão do STJ de Portugal n.º 4501/98 de 28/01/1999, relator Ferreira de Almeida.

Acórdão do STJ de Portugal, processo n.º 97B503 de 23/09/1997, relator Miranda Gusmão.

### **Internet:**

<https://www.facebook.com/DDCSTP/?fref=ts> (03/12/2015; 16:50).

<http://www.telanon.info/page/2/?s=stp+trading> (07/12/2015; 14:33).

<http://rnstp.st/index.php/geral/magazine/politica-sociedade/item/148-governo-anuncia-a-criacao-de-uma-provedoria-de-justica-no-pais> (11/12/2015; 21:36).

<http://www.cm-cascais.pt/sub-area/servico-municipal-de-informacao-ao-consumidor> (02/02/2016; 14:54).

<http://www.cm-sintra.pt/servicos/informacao-ao-consumidor> (02/02/2016; 14:56).

<http://www.consumidor.pt/ms/1/pagina.aspx?codigoms=5006&back=1&codigono=0007AAAAAAAAAAAAAAAAAAAA> (02/02/2016; 15:51).

