

# Manual de Direito do Consumo

2019 • 6ª Edição

Jorge Morais Carvalho

Professor da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa  
Investigador do CEDIS – Centro de Investigação & Desenvolvimento  
sobre Direito e Sociedade

*Em memória do meu Avô Necas (Manuel de Freitas Carvalho), nascido em Alfama, Lisboa, a 18/7/1922, um exemplo de simplicidade, tranquilidade e bom humor.*

*Entre Benfica, a Baixa e a Costa de Caparica, uma vida dedicada aos livros e a distribuir amor e carinho, deixou-nos a 29/12/2016, na Charneca de Caparica.*

*Em memória do meu Avô Morais (Fernando Morais), nascido na Mouraria, Lisboa, a 1/3/1925, um exemplo de otimismo, boa disposição e interesse pela vida, de quem sempre senti o amor absoluta e verdadeiramente incondicional. Depois de uma vida em Campo de Ourique, deixou-nos a 15/1/2017.*

*Em memória da minha Avó Lina (Idalina Teixeira Moutinho de Morais), nascida na Mouraria, Lisboa, a 28/1/1926, um exemplo de vida, pelo grande entusiasmo com os pequenos prazeres, e uma referência pela infinitude do amor e do orgulho com que me brindava. Depois de uma vida em Campo de Ourique e de alguns meses de intenso amor mútuo em Pero Moniz, Cadaval, deixou-nos a 17/8/2017.*

## NOTA INTRODUTÓRIA À 6.ª EDIÇÃO

Publicada no início de 2018, a quinta edição esgotou em menos de um ano. A opção por uma nova edição resulta, mais uma vez, das novidades constantes na legislação, na jurisprudência e na doutrina em matéria de direito do consumo.

A nível europeu, a principal novidade é o “Novo Acordo para os Consumidores” (*New Deal for Consumers*), apresentado pela Comissão Europeia a 11 de abril de 2018, composto, entre outros documentos, por duas propostas de diretivas, uma em matéria de ações representativas para a proteção dos interesses coletivos dos consumidores e a outra, mais genérica, embora não especialmente ambiciosa, que visa introduzir alterações nos regimes das cláusulas abusivas, da indicação de preços, das práticas comerciais desleais e dos direitos dos consumidores.

A nível nacional, o ano de 2018 foi bastante produtivo no que respeita à produção legislativa, destacando-se os seguintes diplomas: Decreto-Lei n.º 17/2018, de 8 de março (agências de viagens e turismo, viagens organizadas e serviços de viagem conexos); Lei n.º 45/2018, de 10 de agosto, retificada pela Declaração de Retificação n.º 25-A/2018, de 10 de agosto [transporte individual e remunerado de passageiros em veículos descaracterizados a partir de plataforma eletrónica (TVDE)]; Lei n.º 62/2018, de 22 de agosto (alteração profunda ao regime jurídico da exploração dos estabelecimentos de alojamento local); Decreto-Lei n.º 78/2018, de 15 de outubro (alteração ao regime dos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial); Decreto-Lei n.º 91/2018, de 12 de novembro (serviços de pagamento e da moeda eletrónica).

Além da atualização do texto, tendo em conta as novidades legislativas, jurisprudenciais e doutrinárias, são introduzidos dois novos capítulos, um sobre o contrato de TVDE, associado a plataformas como a Uber, a Cabify ou a Taxify, e o outro sobre o contrato de alojamento local. Agradeço à Joana Campos Carvalho a leitura atenta e os comentários e sugestões. Aprofunda-se, ainda, o ponto dedicado aos dados pessoais como contra-prestação. Agradeço ao Paulo Lação as observações e a disponibilidade para a discussão do assunto.

Lembra-se que a matéria da resolução alternativa de litígios de consumo consta de obra separada (e complementar) publicada em 2017\*.

Este manual é dedicado aos colaboradores da UMAC e aos estudantes que chegaram depois da anterior edição ou que continuaram a partilhar comigo a teoria e a prática do direito do consumo, em especial no Curso de Direito do Consumo e de Resolução Alternativa de Litígios de Consumo, realizado na Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa, que teve cerca de 328 participantes nas seis edições até agora realizadas.

É também dedicado a todos os meus orientandos que, desde a última edição, concluíram a tese de mestrado (Ana Cristina Galego Dias, Denise Soares Faria, Fernanda Ferreira Dias, Maria Bernardes, Maria Jerónimo, Mariana Marreiros, Maria Sofia Mouro, Miguel Vieira Ramos, Rafael Andrade e Ruy Drummond Smith).

Lisboa, 21 de dezembro de 2018

\* JORGE MORAIS CARVALHO, JOÃO PEDRO PINTO-FERREIRA e JOANA CAMPOS CARVALHO, *Manual de Resolução Alternativa de Litígios de Consumo*, Almedina, Coimbra, 2017.

## ÍNDICE

NOTA INTRODUTÓRIA À 6. <sup>a</sup> EDIÇÃO	7
NOTA INTRODUTÓRIA À 5. <sup>a</sup> EDIÇÃO	9
NOTA INTRODUTÓRIA À 4. <sup>a</sup> EDIÇÃO	11
NOTA INTRODUTÓRIA À 3. <sup>a</sup> EDIÇÃO	13
NOTA INTRODUTÓRIA À 2. <sup>a</sup> EDIÇÃO	15
NOTA INTRODUTÓRIA À 1. <sup>a</sup> EDIÇÃO	17
ABREVIATURAS	19
1. INTRODUÇÃO AO DIREITO DO CONSUMO	21
1.1. Origens	21
1.2. Noção de consumidor	25
1.2.1. Enquadramento dos conceitos de consumidor	25
1.2.2. Elementos	28
1.2.2.1. Elemento subjetivo	28
1.2.2.2. Elemento objetivo	29
1.2.2.3. Elemento teleológico	30
1.2.2.4. Elemento relacional	37
1.2.3. Alegação e prova da qualificação como consumidor	41
1.3. Multidisciplinaridade e autonomia científica	43
1.4. Fundamentos, tendências e desafios	46
1.4.1. Fundamentos	46
1.4.2. Tendências	47
1.4.3. Desafios do mercado digital para os contratos de consumo	50
1.4.3.1. <i>Big data</i>	50
1.4.3.2. <i>Internet of things</i>	53
1.4.3.3. <i>Blockchain</i> , criptomoedas e <i>smart contracts</i>	54
1.4.3.4. Dados pessoais como contraprestação	56
1.4.3.5. Plataformas digitais	60
1.4.3.6. Conteúdos digitais	62
1.4.3.7. Impressoras 3D	64

2. TEORIA GERAL DO CONTRATO DE CONSUMO	67
2.1. Formação do contrato	67
2.1.1. Forma do contrato	67
2.1.2. Modelos de formação do contrato de consumo	71
2.1.3. Modelo predominante: proposta seguida de aceitação	75
2.1.3.1. Proposta	75
2.1.3.1.1. Requisitos da proposta	75
2.1.3.1.2. Proposta e convite para contratar	77
2.1.3.1.3. Proposta ao público	79
2.1.3.2. Aceitação	84
2.1.4. Comunicação do conteúdo da declaração do profissional	86
2.1.5. Preço	90
2.1.5.1. Indicação de preços	91
2.1.5.2. Práticas comerciais com redução de preços	94
2.1.5.3. Ofertas e contratos promocionais	99
2.1.5.3.1. Contratos promocionais com objeto plural	100
2.1.5.3.2. Oferta gratuita de bens ou serviços	103
2.1.5.3.3. Cartão de fidelização ou de cliente	105
2.1.5.3.4. Concurso ou sorteio	107
2.1.5.4. Fornecimento de bens ou serviços não solicitados	109
2.1.6. Cláusulas contratuais gerais	115
2.1.6.1. Âmbito de aplicação do DL 446/85	115
2.1.6.2. Inserção das cláusulas em contratos individualizados	122
2.1.6.2.1. Conexão com o contrato	123
2.1.6.2.2. Comunicação	124
2.1.6.2.3. Esclarecimento	132
2.1.7. Práticas comerciais desleais	134
2.1.7.1. Cláusula geral	135
2.1.7.2. Práticas comerciais enganosas	140
2.1.7.3. Práticas comerciais agressivas	148
2.1.8. Informação e comunicação	153
2.2. Conteúdo do contrato	156
2.2.1. Qualidade da prestação	157
2.2.2. Cláusulas abusivas	160
2.2.3. Período de fidelização	168
2.3. Direito de arrependimento	183
2.3.1. Introdução	183
2.3.2. Ocorrências e fundamentos	185
2.3.3. Natureza jurídica	189
2.4. Cumprimento do contrato	191
2.4.1. Boa-fé na realização das prestações	192

2.4.2. Pagamento do preço	195
2.4.3. Lugar da prestação	197
2.4.4. Prazo da prestação	198
3. CONTRATOS DE CONSUMO EM ESPECIAL	203
3.1. Contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento	203
3.1.1. Definições	205
3.1.1.1. Contrato celebrado à distância	205
3.1.1.2. Contrato celebrado fora do estabelecimento	208
3.1.1.2.1. Contratos celebrados no domicílio	211
3.1.1.2.2. Contratos celebrados no local de trabalho	211
3.1.1.2.3. Contratos celebrados em reuniões	212
3.1.1.2.4. Contratos celebrados em excursões	213
3.1.1.2.5. Contratos celebrados em local indicado pelo profissional	213
3.1.1.2.6. Outros contratos celebrados fora do estabelecimento	216
3.1.2. Deveres pré-contratuais	217
3.1.2.1. Conteúdo mínimo da declaração do profissional	217
3.1.2.2. Comunicação do conteúdo mínimo da declaração	219
3.1.3. Formação do contrato	221
3.1.3.1. Contratos celebrados à distância	221
3.1.3.1.1. Contratos celebrados por correspondência postal	222
3.1.3.1.2. Contratos celebrados com recurso à televisão	223
3.1.3.1.3. Contratos celebrados na sequência de contacto telefónico	224
3.1.3.1.4. Contratos celebrados através da Internet	226
3.1.3.2. Contratos celebrados fora do estabelecimento	232
3.1.4. Obrigação de confirmação do conteúdo do contrato	234
3.1.5. Direito de arrependimento	237
3.1.5.1. Prazo	237
3.1.5.2. Forma	241
3.1.5.3. Efeitos do contrato na pendência do prazo	242
3.1.5.4. Efeitos do exercício do direito	248
3.1.5.5. Exceções	255
3.2. Contratos celebrados em estabelecimentos automatizados	261
3.2.1. Conceito e enquadramento	261
3.2.2. Formação do contrato	264
3.3. Venda de bens de consumo	268
3.3.1. Âmbito de aplicação do DL 67/2003	269
3.3.2. Conformidade do bem com o contrato	276

3.3.3.	Critérios legais para a aferição da conformidade	283
3.3.3.1.	Conformidade com a descrição feita pelo vendedor	283
3.3.3.2.	Conformidade com uma amostra ou um modelo	286
3.3.3.3.	Adequação às utilizações habituais	288
3.3.3.4.	Adequação a uma utilização específica	290
3.3.3.5.	Conformidade com as qualidades e o desempenho habituais	292
3.3.3.6.	Relevância contratual da publicidade e da rotulagem	295
3.3.3.7.	Conformidade da instalação e das instruções do bem	307
3.3.4.	Inexistência de desconformidade	307
3.3.5.	Desconformidade no momento da entrega	309
3.3.5.1.	Transferência do risco	310
3.3.5.2.	Ônus da prova da anterioridade da desconformidade	313
3.3.6.	Direitos do consumidor	317
3.3.6.1.	Inexistência de hierarquia entre os direitos	318
3.3.6.2.	Reparação do bem	323
3.3.6.3.	Substituição do bem	326
3.3.6.4.	Resolução do contrato	328
3.3.6.5.	Redução do preço	330
3.3.6.6.	Recusa da prestação	332
3.3.6.7.	Exceção de não cumprimento do contrato	332
3.3.6.8.	Indemnização	333
3.3.7.	Prazos	336
3.3.7.1.	Prazo da garantia legal de conformidade	336
3.3.7.2.	Prazos para exercício de direitos	340
3.3.7.2.1.	Denúncia da falta de conformidade	341
3.3.7.2.2.	Caducidade da ação	344
3.3.8.	Responsabilidade do produtor	347
3.3.8.1.	Responsabilidade pela reposição da conformidade	347
3.3.8.2.	Regime da responsabilidade objetiva do produtor	351
3.3.9.	Garantia voluntária	353
3.4.	Serviços públicos essenciais	357
3.4.1.	Âmbito de aplicação da Lei 23/96	358
3.4.2.	Dever de contratar	362
3.4.3.	Suspensão da prestação do serviço	366
3.4.4.	Direito a faturação detalhada	370
3.4.5.	Prescrição e caducidade	374
3.5.	Crédito ao consumo	384
3.5.1.	Conceito de contrato de crédito ao consumo	384
3.5.2.	Taxa anual de encargos efetiva global (TAEG)	395
3.5.2.1.	Conceito e função	395



3.5.2.2. Usura	397
3.5.3. Deveres pré-contratuais	402
3.5.3.1. Publicidade	402
3.5.3.2. Conteúdo da declaração do profissional	406
3.5.3.3. Dever de avaliar a solvabilidade do consumidor	412
3.5.4. Formação do contrato	416
3.5.5. Direito de arrependimento	422
3.5.5.1. Prazo	424
3.5.5.2. Forma	425
3.5.5.3. Efeitos do contrato na pendência do prazo	426
3.5.5.4. Efeitos do exercício do direito	427
3.5.6. Cumprimento antecipado do contrato pelo consumidor	429
3.5.7. Vencimento antecipado das prestações	431
3.5.8. Conexão de contratos	437
3.6. Transporte em veículo descaracterizado (Uber, Cabify, Taxify)	443
3.6.1. Intervenientes no contrato e crítica à qualificação legal	445
3.6.2. Celebração do contrato	448
3.6.2.1. Proposta contratual	448
3.6.2.2. Aceitação	450
3.6.3. Função e objeto(s) do contrato	451
3.6.4. Preço	452
3.6.5. Aplicação da legislação de direito do consumo	455
3.6.6. Mecanismos de avaliação da qualidade	458
3.6.7. Reclamações e resolução alternativa de litígios de consumo	459
3.6.7.1. Reclamações	459
3.6.7.2. Resolução alternativa de litígios de consumo	461
3.7. Alojamento local	463
3.7.1. Introdução	463
3.7.2. Conceito e intervenientes	465
3.7.3. Registo e exploração de estabelecimento de AL	467
3.7.4. Alojamento local e condomínio	469
3.7.5. Celebração do contrato	471
3.7.6. Função e objeto(s) do contrato	473
3.7.7. Regras específicas sobre responsabilidade civil	476
3.7.8. Aplicação da legislação de direito do consumo	477
3.7.9. Livro de reclamações	483
BIBLIOGRAFIA	485
JURISPRUDÊNCIA	535
LEGISLAÇÃO	557