



---

**CYBERLAW**

---

BY CIJIC

## **Os Contratos à Distância**

JOSÉ ENGRÁCIA ANTUNES

SUMÁRIO: 1. Aspetos Gerais; 1.1. Noção Preliminar; 1.2. Razão de Ser; 2. Fontes; 2.1. Fontes Nacionais e Europeias; 2.2. Outras Leis; 3. Requisitos; 3.1. Requisitos Subjetivos; 3.2. Requisitos Objetivos; 3.3. Requisitos Operacionais; 4. Modalidades; 4.1. Contratos por Correspondência Postal; 4.2. Contratos por Telefone; 4.3. Contratos por Meios Audiovisuais; 4.4. Contratos Eletrónicos; 5. Negociação; 5.1. Deveres Gerais de Informação; 5.2. Deveres Especiais nos Mercados em Linha; 5.3. Regime; 5.4. Outros; 6. Formação; 6.1. Princípio Geral; 6.2. Regras Especiais; 7. Cumprimento; 7.1. Confirmação do Conteúdo Contratual; 7.3. Transferência da Propriedade e do Risco; 7.4. Outros Aspetos; 8. Extinção; 8.1. O Direito de Desistência; 8.2. Prazo; 8.3. Modalidades; 8.4. Natureza; 8.5. Efeitos; 8.6. Exceções; 9. O Caso Particular dos Serviços Financeiros à Distância; 9.1. Aspetos Gerais; 9.2. Âmbito de Aplicação; 9.3. Regime Aplicável; Abreviaturas e Bibliografia

## 1. Aspetos Gerais

### 1.1. Noção Preliminar

I. Designa-se por contrato à distância (“distance contract”, “Fernabsatzvertrag”, “contratto a distanza”, “contrat à distance”, “contrato a distancia”) o *contrato entre um empresário e um consumidor que, tendo por objeto o fornecimento de bens ou a prestação de serviços, foi celebrado no âmbito de um sistema organizado de negociação de comércio à distância, sem a presença física simultânea dos contraentes.*<sup>1-2</sup>

---

1 Sobre a figura, vide CARVALHO, J. MORAIS, *Prestação de Informações nos Contratos Celebrados à Distância*, in: AA.VV., “Direito Privado e Direito Comunitário”, 13-144, Âncora Editora, Lisboa, 2009; CHEN, CHEN, *Contratos à Distância em Geral*, in: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 777-801, Lisboa, 2023; CORREIA, M. PUPO, *Contratos à Distância: Uma Fase na Evolução da Defesa do Consumidor na Sociedade de Informação?*, in: 4 “Estudos de Direito do Consumidor” (2002), 165-180; DINIS, MARISA, *Contratos Celebrados à Distância e Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*, in: 77 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2014), 11-38; DUARTE, MARIANA, *O Novo Regime dos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial: Reforço da Protecção do Consumidor?*, in: 2 “Ab Instantia - Revista do Instituto do Conhecimento AB” (2014), 115-119; FROTA, MÁRIO, *Contrato à Distância: O Contrato de Seguro*, in: 35 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2003), 13-26; MARTINS, A. SOVERAL, *Contratação à Distância e Contrato de Seguro*, in: 10 “Estudos de Direito do Consumidor” (2016), 91-153; MAIA, PEDRO, *Contratação à Distância e Práticas Comerciais Desleais*, in: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 143-175; MARTINEZ, P. ROMANO, *Celebração de Contratos à Distância e o Novo Regime do Contrato de Seguro*, in: 50 “Revista de Direito e de Estudos Sociais” (2009), 85-116; MOREIRA, TERESA, *Novos Desafios para a Contratação à Distância – A Perspetiva da Defesa do*

## 1.2. Razão de Ser

I. É sabido que o modelo tradicional da contratação mercantil se caracterizava pela presença física e interação pessoal entre comerciantes e clientes. Inicialmente, o comércio era quase exclusivamente realizado nos estabelecimentos comerciais, traduzindo-se as relações de consumo em contratos entre os comerciantes e os consumidores celebrados nas instalações ou ao balcão do estabelecimento comercial. Mais tarde, fruto de novas técnicas de venda a retalho e de promoção comercial, tais contratos passaram a ser também celebrados fora do próprio estabelecimento comercial, noutros locais públicos ou privados, tais como o domicílio ou local de trabalho do consumidor, em excursões, reuniões e eventos, na via pública, etc.<sup>3</sup>

II. Fruto do desenvolvimento das novas tecnologias (em particular, das tecnologias da computação, informação e comunicação) e da subsequente emergência de uma “economia digital”, o mundo vivo da contratação mercantil – e com ela, a contratação de consumo – entrou numa nova etapa no virar do presente século, na qual os contratos entre empresários e consumidores são negociados e concluídos *sem qualquer relação de imediação física e simultânea das partes contratantes*.

III. Hoje, vai sendo cada vez mais raro que a compra de um produto alimentar, de um eletrodoméstico, de uma peça de vestuário, de um livro, de uma viagem turística, de

---

*Consumidor*, in: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 19-36; MONTEIRO, A. PINTO, *O Novo Regime da Contratação à Distância*, in: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 11-18; OLIVEIRA, A. FILIPE, *Dos Contratos Negociados à Distância*, in: 7 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (1996), 52-96; PINTO, P. MOTA, *O Novo Regime Jurídico dos Contratos à Distância e dos Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*, in: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 51-91; PINTO, P. MOTA, *Princípios Relativos aos Deveres de Informação no Comércio à Distância*, in: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2003), 183-206; PINTO-FERREIRA, J. PEDRO/ CARVALHO, J. MORAIS, *Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial*, Almedina, Coimbra, 2014; REBELO, F. NEVES, *O Direito à Informação do Consumidor nos Contratos à Distância*, in: “Liber Amicorum Mário Frota”, 103-153, Almedina, Coimbra, 2012; SILVA, D. SOUSA, *Contratos à Distância – O Ciberconsumidor*, in: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2003), 423-456; SOUSA, A. TEIXEIRA, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento: Algumas Notas*, in: “Estudos de Direitos do Consumo: Homenagem a M. Ataíde Ferreira, 18-41, Almedina/ Deco, Lisboa, 2016. Para um apanhado jurisprudencial, vide PASSINHAS, SANDRA, *Jurisprudência Relevante em Matéria de Contratação à Distância*, in: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 251-277.

2 Noutros ordenamentos jurídicos estrangeiros, vide BRUNAUX, GEOFFRAY, *Le Contrat à Distance au XXIème Siècle*, LGDJ, Paris, 2010; COEHEN-ADT, GREGOR, *Der Fernabsatzvertrag: Anwendungsvoraussetzungen und -probleme beim Versandhandel*, Logos, Berlin, 2009; FRATERNALE, ANTONIO, *I Contratti a Distanza*, Giuffrè, Milano, 2002; PÉREZ, N. FERNÁNDEZ, *El Nuevo Régimen de Contratación a Distancia con Consumidores*, La Ley, Madrid, 2009

3 Sobre os contratos fora do estabelecimento comercial, que constituem também um tipo especial dos contratos de consumo, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Fora do Estabelecimento*, in: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 767-775, Lisboa, 2023.

ações de uma empresa, e de tantos outros bens ou serviços no mercado, implique a deslocação física do adquirente à empresa produtora, fornecedora, distribuidora, retalhista ou vendedora. De facto, a aplicação criativa das novas tecnologias de comunicação às transações comerciais – desde a primitiva correspondência comercial (v.g., cartas normalizadas e catálogos), passando por meios de comunicação como o telefone (“call centers”), a rádio (“radio sales”) e a televisão (v.g., tele vendas), até aos mais atuais correio eletrónico, páginas “web”, redes sociais, plataformas digitais, ou mercados em linha – vem tornando tal hipótese cada vez menos frequente e mais remota.

## **2. Fontes**

### **2.1. Fontes Nacionais e Europeias**

I. Esta novel e primordial modalidade de contratação mercantil trouxe consigo novos desafios e riscos para o âmbito das relações jurídicas de consumo, dada a típica ausência de interação direta do consumidor, quer com a sua contraparte contratual (empresário/profissional), quer com o próprio objeto contratual (produtos ou serviços).

II. Não surpreende assim que os contratos de consumo à distância tenham sido objeto de uma disciplina jurídica própria, através da *Lei dos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial* (doravante abreviadamente LCCD), aprovada pelo Decreto-Lei nº 24/2014, de 14 de fevereiro.<sup>4</sup>

III. A LCCD surgiu sob o direto impulso da legislação comunitária, mais concretamente da Diretiva 2011/83/EU, de 25 de outubro. Tal diretiva veio substituir e revogar a anterior Diretiva 97/7/CE, de 20 de maio, relativa à proteção dos consumidores nos contratos à distância. Esta diretiva houvera sido transposta para o direito português através do Decreto-Lei nº 143/2001, de 26 de abril – onde, pela

---

<sup>4</sup> A LCCD viria a sofrer diversas alterações, introduzidas pela Lei nº 47/2014, de 28 de julho, pelos Decretos-Lei nº 78/2018, de 15 de outubro, nº 9/2021, de 29 de janeiro, e nº 109-G/2021, de 10 de dezembro, e ainda pela Lei nº 10/2023, de 3 de março.

primeira vez, a figura do contrato à distância fora objeto de uma disciplina jurídica própria –, o qual viria a ser revogado pela atual LCCD.<sup>5</sup>

## 2.2. Outras Leis

I. Sublinhe-se que este tipo especial de contrato de consumo, porque abrange todos as técnicas de comunicação à distância, poderá ainda concitar a aplicação simultânea de regulações legais específicas previstas para determinada *técnica comunicacional em particular*: pense-se, por exemplo, na contratação efetuada através de centros telefónicos de relacionamento ou “call centers” (cf. art. 2.º do Decreto-Lei nº 134/2009, de 2 de junho) ou através de televendas (arts. 2.º, nº 1, v), 40.º a 40.º-B da LTV). Particularmente relevante é a contratação realizada através da “internet”, a qual origina um tipo especial e autónomo de contrato de consumo, que se encontra simultaneamente às disposições próprias previstas na LCE e na LDE: os chamados *contratos eletrónicos B2C*.<sup>6</sup>

II. Advirta-se que a disciplina dos contratos à distância prevista na LCCD se pode ainda entrecruzar com *outras leis consumeristas* ou pertinentes ao consumo. Pense-se, a título de exemplo, no regime da informação pré-contratual: para além das disposições centrais previstas na LCCD (arts. 4.º a 4.º-B), poderão ainda ser relevantes para a conformação dos deveres de informação prévios à celebração de um contrato celebrado à distância as disposições especiais previstas na LDC (art. 8.º), na LCCG (art. 5.º e 6.º), na LPCD (art. 9.º), na LComunE (art. 120.º), ou no RGPD (arts. 6.º e 13.º-A), já sem falar até nas próprias normas civis gerais (v.g., em sede da culpa “in contrahendo”: cf. art. 227.º, nº 1 do CCivil)<sup>7</sup>. No comum dos casos, tais disposições serão complementares entre si, sendo simultaneamente aplicáveis: todavia, em caso de

---

5. Sobre o direito pretérito, pode ver-se ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 142 e ss., 7ª reimp., Almedina, Coimbra, 2021; OLIVEIRA, A. FILIPE, *Dos Contratos Negociados à Distância*, in: 7 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (1996), 52-96; SILVA, F. SANTOS, *Dos Contratos Negociados à Distância*, in: 5 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (1996), 45-58.

6 Sobre tais contratos, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Eletrónicos B2C*, em curso de publicação.

7 Para um exemplo da interação entre a LCCD e outras leis, vide o Acórdão do TJUE de 24-II-2022 («Tiketa» UAB c. M. Š.), a respeito da questão de saber se os deveres informativos do empresário/profissional podem ser cumpridos através da sua inclusão nas condições gerais do contrato de adesão celebrados em mercados em linha (in: ECLI:EU:C:2022:112).

conflito, afigura-se que as disposições da LCCD deverão, em princípio, prevalecer sobre as demais disposições setoriais conflitantes.<sup>8</sup>

III. Os contratos à distância possuem ainda outras importantes projeções jurídicas *não consumeristas*. Um exemplo provém do domínio do direito fiscal: com vista a simplificar o cumprimento das obrigações tributárias emergentes de vendas à distância, os legisladores europeu e português criaram o chamado “Balcão Único” ou “OSS – One Stop Shop”, no qual se devem registar os empresários e outros sujeitos de IVA que efetuem vendas à distância a consumidores finais (Anexo I da Lei nº 47/2020, de 24 de agosto, Diretivas EU/2017/2455, de 5 de dezembro, e EU/2019/1995, de 21 de novembro).

### **3. Requisitos**

I. O legislador previu a noção legal de contrato celebrado à distância no art. 3.º, h) da LCCD, que o define como “o contrato celebrado entre o consumidor e o fornecedor de bens ou o prestador de serviços sem presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância até à celebração do contrato, incluindo a própria celebração” (art. 3.º, h) da LCCD).

II. Tomando por base esta definição legal, dir-se-ia que nos encontramos perante um contrato de consumo que exige a verificação cumulativa de três *requisitos* distintivos, de natureza subjetiva, objetiva e operacional.

#### **3.1. Requisitos Subjetivos**

I. “Primus”, os contratos à distância têm como sujeitos ou partes o *empresário* – ou seja, a pessoa singular ou coletiva titular de empresa que, no âmbito da sua atividade profissional, diretamente ou através de terceiro, fornece os bens ou presta os serviços

---

8 Cf. também o art. 3.º, nº 2 da Diretiva 2011/83/UE: “Sempre que as disposições da presente directiva forem incompatíveis com as de outro instrumento da União que regule sectores específicos, as disposições deste outro instrumento da União prevalecem e aplicam-se a esses sectores específicos”.

(“fornecedor de bens” ou “prestador de serviços”: cf. art. 3.º, h) da LCCD)<sup>9</sup> – e o *consumidor* – ou seja, qualquer pessoa singular atuando com fins que não se integrem no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional (art. 3.º, e) da LCCD). Aspeto importante é o de que estão aqui também abrangidos, não apenas os contratos celebrados pelo empresário em nome próprio, mas também através de terceiros “que atuem em seu nome ou por sua conta” (art. 3.º, h), “in fine”, da LCCD). Esta extensão do âmbito subjetivo pode ser particularmente relevante no domínio dos mercados em linha, incluindo no caso de plataformas digitais que intermedeiam o relacionamento entre empresários e consumidores.<sup>10</sup>

II. Decisivo – e nota distintiva desta figura contratual – é que o contrato tenha sido celebrado *sem a presença física* simultânea de ambas as partes contratantes, mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância, v.g., carta normalizada, catálogos, videotexto, telefone fixo, telemóvel, mensagens gravadas, SMS, “fax”, correio eletrónico, rádio, televisão, redes sociais, “internet”, etc. (art. 3.º, e, h) e w) da LCCD). Este requisito distingue justamente os contratos à distância dos contratos fora do estabelecimento, distinção esta que, todavia, não pode ser reconduzida à tradicional divisão entre contratos entre presentes e entre ausentes: com efeito, esta última não se baseia no critério da imediaticidade física dos contratantes, mas antes na imediaticidade temporal das respetivas declarações negociais (v.g., um contrato celebrado por telefone, videoconferência ou “internet” entre dois indivíduos será um contrato “inter presentes”, enquanto um outro concluído presencialmente entre dois

---

9 Apesar da terminologia utilizada pelo legislador, mostra a experiência que, na esmagadora maioria dos casos, os fornecedores ou prestadores constituirão empresários individuais ou coletivos – circunstância esta que, de resto, transparece inequivocamente da própria disciplina legal, que se refere amiúde às “empresas fornecedoras” (arts. 20.º, nos 1 e 3, 21.º, nº 1, a), 23.º, nº 2, a) e b) da LCCD). Sobre esta prominência da figura do empresário como contraparte ou sujeito passivo das relações de consumo, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito do Consumo*, 56 e ss., Almedina, Coimbra, 2019.

10 Sublinhe-se que, de acordo com a jurisprudência europeia, para efeitos do cumprimento dos deveres de informação pré-contratual, devem considerar-se também aqui abrangidos os prestadores de serviços em linha e os intermediários de plataformas digitais que atuam em nome do empresário/profissional (Acórdão do TJUE 24-II-2022 (*«Tiketa» UAB c. M. Š.*), in: ECLI:EU:C:2022:112. Para outras projeções da intermediação em linha, vide DODSWORTH, TIMOTHY, *Intermediaries as Sellers – A Commentary on «Wathelet»*, in: 5 “Journal of European Consumer and Market Law” (2017), 213-215; na jurisprudência, vide os Acórdãos do TJUE de 9-XI-2016 (*Sabrina Wathelet c. Garage Bietheres & Fils SPRL*), in: ECLI:EU:C:2016:840, e de 30-III-2017 (*Verband Sozialer Wettbewerb*), in: ECLI:EU:C:2017:243.

indivíduos que emitiram as suas declarações em momentos diferentes será um contrato “inter absentes”).<sup>11</sup>

### 3.2. Requisitos Objetivos

I. “Secundus”, os contratos à distância poderão ter por objeto, em princípio, quaisquer *bens ou serviços* negociados por aquele empresário (arts. 2.º e 3.º, h) da LCCD).

II. Em abstrato, estará aqui abrangida a *generalidade dos bens móveis corpóreos e dos serviços*, incluindo os bens em segunda mão, a água, gás e eletricidade quando colocados em venda num volume limitado ou em quantidade determinada, e os bens com elementos digitais (isto é, que incorporem ou estejam interligados com um conteúdo ou serviço digital) (art. 3.º, a) e k) da LCCD).

III. Do mesmo modo estará aqui abrangida a generalidade dos contratos, típicos ou atípicos, que tenham por objeto o fornecimento de bens ou a prestação de serviços (v.g., compra e venda, fornecimento, empreitada, locação) (art. 3.º, j), n) e k) da LCCD), incluindo os contratos sobre *bens e serviços de natureza digital* sem suporte material cuja contraprestação consiste em dados pessoais (arts. 2.º, nº 2, 3.º, f), l) e u) da LCCD): são assim relevantes os contratos que tenham por objeto conteúdos digitais (v.g., programas informáticos, aplicações informáticas, ficheiros de vídeo ou áudio, livros eletrónicos)<sup>12</sup> ou serviços digitais (v.g., partilha de “software”, alojamento de ficheiros, serviços de armazenagem em nuvem).<sup>13</sup>

IV. Enfim, estarão aqui também abrangidos os *contratos mistos* – que tenham por objeto simultaneamente bens e serviços (v.g., aquisição de telemóvel inteligente com

---

11 Sobre tal distinção, vide FERNANDES, L. CARVALHO, *Teoria Geral do Direito Civil*, vol. II, 92 e ss., 5ª edição, UC Editora, Lisboa, 2010.

12 Ao passo que para efeitos da LCCD apenas são relevantes os conteúdos digitais fornecidos em linha (“online”), a LVBC já conferiu relevância aos conteúdos digitais fornecidos com suporte material ou “off line”, v.g., DVD, CD, chaves USB, cartões memória (cf. arts. 3.º, nº 3, d) e 37.º, nº 2).

13 Sobre a noção de conteúdos digitais e serviços digitais, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *A Compra e Venda de Consumo*, em curso de publicação; CARVALHO, J. MORAIS, *Compra e Venda e Fornecimento de Conteúdos e Serviços Digitais – Anotação ao Decreto-Lei nº 84/2021, de 18 de Outubro*, 22 e s., Almedina, Coimbra, 2022. A distinção entre conteúdos digitais e serviços digitais é relevante, mormente para efeitos do direito de desistência do consumidor, que inexistente no caso de contratos de fornecimento de conteúdos digitais em linha (art. 17.º, nº 1, l) da LCCD): sustentando uma interpretação restritiva desta exceção, vide o Acórdão do TJUE de 8-X-2020 (*EU c. PE Digital GmbH*), in: ECLI:EU:C:2020:808 [§§ 41 a 46].



serviço de comunicações eletrónicas)<sup>14</sup> – e os contratos *onerosos ou “gratuitos”, “rectius”,* os contratos em que a contraprestação do consumidor consista no pagamento de um preço ou na disponibilização dos seus dados pessoais (arts. 2.º, nº 2, arts. 6.º, nº 1, a) e 7.º do RGPD).<sup>15</sup>

V. É mister sublinhar, por outro lado, que a lei previu um importante conjunto de *exclusões* que importa ter presente: com efeito, não se encontram sujeitos a esta disciplina legal os contratos que tenham por objeto (i) serviços financeiros, (ii) máquinas automáticas, (iii) determinados serviços de telecomunicações (iv), bens imóveis, (v) serviços sociais, (vi) serviços de saúde, (viii) jogos de fortuna ou azar, (viii) viagens organizadas, (ix) direitos reais de habitação periódica, (x) direitos de habitação turística, (xi) fornecimento de géneros alimentícios e outros fornecidos regularmente ao consumidor, e (xii) determinados serviços de transporte de passageiros (art. 2.º, nºs 3 e 4 da LCCD)<sup>16</sup>. Sublinhe-se que uma boa parte destes contratos é objeto

---

14 A qualificação de tais contratos como de compra e venda ou de prestação de serviços (relevante para certos efeitos do regime aplicável, v.g., transferência do risco, prazos de desistência) deverá ser realizada tomando em consideração o seu objeto principal: assim, por exemplo, será de qualificar de compra e venda o contrato de aquisição de mobiliário de cozinha que inclui um serviço de instalação, mas de prestação de serviços a realização de um curso de formação que inclui a entrega de materiais de apoio aos participantes. A este respeito, vide os Acórdãos do TJUE de 26-V-2005 (*Marcel Burmanjer e o.*), in: ECLI:EU:C:2005:30 [§§ 24 a 35], de 2-XII-2010 (*Ker-Optika c. ÁNTSZ*), in: ECLI:EU:C:2010:725 [§ 43] e de 14-V-2020 (*NK c. MS e AS*), in: ECLI:EU:C:2020:382 [§§ 58-59].

15 É sabido que um número crescente de contratos de conteúdos e serviços digitais, sendo aparentemente gratuitos (no sentido em que não envolvem o pagamento de qualquer quantia pecuniária), têm na verdade como contrapartida a aceitação por parte do consumidor da disponibilização ao empresário prestador do acesso aos seus dados pessoais (v.g., identidade, idade, profissão, contactos, preferências, localização): tais contratos encontram-se também abrangidos pela LCCD. Inversamente, já são irrelevantes estes efeitos aqueles contratos em que os dados pessoais facultados pelo consumidor sejam destinados exclusivamente a assegurar o fornecimento conforme dos conteúdos ou serviços digitais ou o cumprimento dos próprios requisitos legais a que está sujeito ao prestador do serviço, não sendo utilizados para quaisquer outros fins (art. 2.º, nº 2, “in fine”, da LCCD, art. 6.º, nº 1, b) e c) do RGPD). Tal não significa, naturalmente, que não continuem a ser aplicáveis nestes casos as disposições gerais do RGPD: na prática, vale por dizer, designadamente, que sempre inexista consentimento do consumidor, as operações de tratamento dos seus dados pessoais terão sempre de assentar num dos outros fundamentos jurídicos previstos na lei (art. 6.º). Sobre os dados pessoais como contraprestação dos contratos de consumo, vide BETTENCOURT, M. ORTINS, *A Proteção do Consumidor em Contratos Digitais: Análise dos Contratos Celebrados com Dados Pessoais como Contraprestação*, in: 3 “Anuário do Nova Consumer Lab” (2021), 387-476; FARINHA, MARTIM, *Os Limites da Proteção dos Consumidores no Regime de Tratamento de Dados Pessoais Contraprestação na Diretiva (EU)2019/770*, in: AA.VV., “Diretivas 2019/770 e 2019/771 e Decreto-Lei n.º 84/2021”, 143-185, Almedina, Coimbra, 2022.

16 Esta exclusões ou exceções devem ser objeto de uma interpretação estrita: cf. Acórdão de 15-IV-2010 (*E. Friz GmbH c. Carsten von der Heyden*), in: ECLI:EU:C:2010:186 [§32]. Para algumas ilustrações jurisprudenciais, vide, a respeito dos contratos sobre bens imóveis, o Acórdão do TJUE de 14-V-2020 (*NK c. MS e AS*), in: ECLI:EU:C:2020:382 [§§ 43], e, de contratos de transporte de passageiros, o Acórdão do TJUE de 12-III-2020 (*Verbraucherzentrale Berlin c. DB Vertrieb GmbH*), in: ECLI:EU:C:2020:199 [§ 35].

de disciplina consumerista própria<sup>17</sup>: é o caso dos contratos de *serviços financeiros à distância* (Decreto-Lei nº 95/2006, de 29 de maio)<sup>18</sup>, *viagem organizada* (art. 2.º, nºs 2, h) e 4 da LCCD, Decreto-Lei nº 17/2018, de 8 de março)<sup>19</sup>, dos contratos de *habitação periódica* (Decreto-Lei nº 275/93, de 5 de agosto)<sup>20</sup> ou dos contratos *automáticos* (arts. 2.º, nº 2, b), 22.º a 24.º da LCCD).<sup>21</sup>

### 3.3. Requisitos Operacionais

I. “Tertius”, no que concerne aos requisitos operacionais, é necessário que o contrato “seja integrado num sistema de venda ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância até à celebração do contrato, incluindo a própria celebração” (art. 3.º, h) da LCCD).

II. Para que exista um contrato à distância, é assim necessário, desde logo, que as partes tenham recorrido à *utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância*, entendendo-se por tal “qualquer meio que, sem a presença física e simultânea do fornecedor de bens ou prestador do serviço e do consumidor, possa ser utilizado tendo em vista a celebração do contrato entre as referidas partes” (art. 3.º, w) da LCCD): estão aqui abrangidas, designadamente, a correspondência postal (v.g., cartas normalizadas, catálogos, brochuras), o telefone fixo ou móvel (v.g., mensagens de texto ou voz), os meios de comunicação audiovisuais (v.g., rádio ou televisão), o correio eletrónico, ou a “internet” (v.g., sítios eletrónicos, redes sociais, mercados em linha)<sup>22</sup>. Sublinhe-se que esta exclusividade abrange a negociação e a celebração

---

17 Ou seja, esta exclusão legal não significa que as relações contratuais sobre tais produtos ou serviços não se encontrem sujeitas as demais regras jusconsumeristas gerais ou setoriais pertinentes: para um exemplo, SCHAFFER, FERNANDA, *Procedimentos Médicos – Realizados à Distância e o Código de Defesa do Consumidor*, Juruá Editora, Curitiba, 2006.

18 Sobre este contrato em especial, vide *infra* 9.

19 Sobre este contrato em especial, vide SANTO, L. ESPÍRITO, *O Contrato de Viagem Organizada*, Almedina, Coimbra, 2016.

20 Sobre este contrato em especial, vide MENDES, I. PEREIRA, *Direito Real de Habitação Periódica*, Almedina, Coimbra, 1993.

21 Sobre a contratação mercantil automática, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 148 e ss., 7ª reimpr., Almedina, Coimbra, 2021; sobre a contratação de consumo automática, ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, 133, in: 2 “Anuário do Nova Consumer Lab – Yearbook of the Nova Consumer Lab” (2020), 123-163.

22 Sublinhe-se que o envio de comunicações não solicitadas através da utilização de técnicas de comunicação à distância depende do consentimento prévio expresso do consumidor (art. 8.º da LCCD),

contratual: tal implica que não serão de qualificar como contratos à distância aqueles que hajam sido negociados no estabelecimento comercial do empresário e posteriormente celebrados através de um meio de comunicação à distância (v.g., um consumidor escolhe o modelo de eletrodoméstico em loja, confirmando a compra posteriormente por telefone) ou que, tendo sido concluídos ou negociados através de um meio de comunicação à distância, sejam celebrados presencialmente no estabelecimento comercial do empresário (v.g., solicitação telefónica de reserva de determinado serviço, tal como uma mesa em restaurante ou uma marcação em cabeleireiro).<sup>23</sup>

III. Para além disso, necessário se torna ainda o contrato se integre *num sistema organizado de vendas ou serviços* especialmente predisposto pelo empresário para o comércio à distância e para a celebração de negócios à distância (v.g., “22en 22entres”, televendas, páginas “web”, plataformas digitais), não bastando a mera utilização de técnicas de comunicação à distância desinseridas de um tal sistema. Assim, por exemplo, será havida como contrato à distância a encomenda e aquisição de um produto efetuada através de um centro de atendimento telefónico ou um programa de televendas explorado pelo empresário, mas já não aquela que é feita na sequência de mera publicidade televisiva a tal produto ou de um contacto telefónico pontual para o número geral do estabelecimento comercial.<sup>24</sup>

---

mormente para fins de “marketing” direto, designadamente através da utilização de sistemas automatizados de chamada e comunicação que não dependam da intervenção humana (aparelhos de chamada automática), de aparelhos de telecópia ou de correio eletrónico, incluindo SMS (serviços de mensagens curtas), EMS (serviços de mensagens melhoradas), MMS (serviços de mensagem multimédia) e outros tipos de aplicações similares (art. 13.º-A do RGPD).

23 Inversamente, já serão de qualificar como contratos à distância aqueles em que o consumidor, após uma visita a um estabelecimento comercial onde recolheu informações sobre os produtos expostos, negocia e celebra o respetivo contrato de aquisição através de um “call center” ou uma página “web” do empresário titular do estabelecimento.

24 Sublinhe-se que o requisito legal da exclusividade diz respeito unicamente à técnica de comunicação utilizada na celebração do contrato, e já não ao sistema de contratação do empresário: com efeito, nada impede – e é até frequente – que o empresário disponha simultaneamente de diferentes sistemas de vendas à distância (v.g., centros de relacionamento telefónico, televendas, páginas “web”). Além disso, no caso de utilizações avulsas ou desgarradas de técnicas de comunicação, será ao empresário que em princípio caberá o ónus da prova da inexistência de um sistema organizado de comércio à distância (PINTO, P. MOTA, *Princípios Relativos aos Deveres de Informação no Comércio à Distância*, 185, in: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2003), 183-206).

## **4. Modalidades**

I. Apesar de o legislador não haver consagrado modalidades legais ou típicas dos contratos à distância (como o fez para os contratos fora do estabelecimento comercial: cf. art. 3.º, i) da LCCD), a “praxis” comercial encarregou-se de desenvolver algumas espécies ou categorias mais frequentes, as quais se distinguem, fundamentalmente, pela particular técnica de comunicação que está na base da respetiva celebração: tais modalidades impróprias são os contratos celebrados por correspondência postal, por telefone, por meios audiovisuais, e por meios eletrónicos.

### **4.1. Contratos por Correspondência Postal**

I. Os contratos por *correspondência postal* são a mais antiga e primogénita modalidade da contratação à distância, que se caracteriza pelo recurso a serviços de comunicação que envolvem o envio de documentos e encomendas entre um remetente e um destinatário (serviços postais públicos ou privados, v.g., “CTT”, “FedExpress”): tal o caso de cartas normalizadas, formulários, catálogos, brochuras ou outros documentos enviados por correio para o consumidor, que representem propostas contratuais ou convites a contratar por parte do empresário fornecedor dos bens ou prestador dos serviços.

II. Esta modalidade está sujeita ao cumprimento das exigências informativas da LCCD (art. 4.º, e 5.º, nº 1), sendo igualmente relevantes as regras em matéria da publicidade domiciliária (art. 23.º do CPub).<sup>25</sup>

### **4.2. Contratos por Telefone**

I. Os contratos por *telefone* são uma modalidade de contratação à distância tradicional e frequente que se caracteriza pelo recurso a comunicações realizadas entre

---

25 Particularmente relevante é a tutela dos destinatários através de um sistema de “opt out”, sendo por isso absolutamente vedada a publicidade indesejada, seja esta endereçada ou não endereçada, sempre que o destinatário tenha expressamente manifestado o desejo de não receber correspondência publicitária (arts. 3.º e 4.º da Lei nº 6/99, de 27 de janeiro). Sobre o ponto, COELHO, J. GALHARDO, *Publicidade Domiciliária – O Marketing Direto*, Almedina, Coimbra, 1999; PINTO, P. MOTA, *Notas Sobre a Lei nº 6/99, de 27 de janeiro – Publicidade Domiciliária, por Telefone e por Telecópia*, in: 1 “Estudos de Direito do Consumidor” (1999), 117-176.

telefones fixos ou móveis de empresários e consumidores, mormente através de “24en 24entres”.

II. Esta modalidade está sujeita a determinadas exigências específicas previstas na LCCD, que impõem ao empresário fornecedor do bem ou prestador do serviço, no início de qualquer contacto telefónico, comunicar explicitamente ao consumidor a respetiva identidade e o objetivo comercial da chamada (art. 5.º, nº 7), além da exigência de forma escrita especial para o contrato (art. 5.º, nº 8). São ainda relevantes as regras relativas aos centros telefónicos de relacionamento (“call centers”): cf. Decreto-Lei nº 134/2009, de 2 de junho)<sup>26</sup>, à disponibilização e divulgação de linhas telefónicas de contacto ao consumidor (Decreto-Lei nº 59/2021, de 14 de julho)<sup>27</sup> e à publicidade telefónica (art. 5.º da Lei nº 6/99, de 27 de janeiro).<sup>28</sup>

### 4.3. Contratos por Meios Audiovisuais

I. Os contratos por *meios audiovisuais* são uma modalidade de contratação à distância bastante divulgada que se caracteriza pelo recurso a comunicações comerciais realizadas através “mass media” como a rádio ou a televisão: um exemplo com mais de meio século, que continua a proliferar, são os programas televisivos dedicados à comercialização de bens ou serviços (televentas ou “teleshopping”).

II. Esta modalidade está sujeita às exigências específicas previstas na LCCD, designadamente no seu art. 5.º, nº 5, o qual determina que, mesmo nos casos de utilização de um meio de comunicação à distância com espaço ou tempo limitados para

---

26 MELO, MANUEL, *Regime Jurídico dos Centros Telefónicos de Relacionamento (“Call-Centers”)*, Dissertação, Lisboa, 2016.

27 Sublinhe-se que, no caso de o empresário utilizar uma linha telefónica para ser contactado em relação ao contrato celebrado, o consumidor, ao contactar aquele, não fica vinculado a pagar mais do que a tarifa de base (art. 21.º da Diretiva 2011/83/UE, de 25 de outubro, art. 4.º, nº 1, q) da LCCD, art. 4.º do Decreto-Lei nº 59/2021, de 14 de julho), isto é, o custo de uma comunicação telefónica que o consumidor espera suportar de acordo com o respetivo tarifário de telecomunicações. Sobre o ponto, vide ROCHA, F. RODRIGUES/ FIDALGO, V. PALMELA/ RODRIGUES, A. BARROSO, *Comunicações Eletrónicas*, 92 e ss., in: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. II, 67-139, Almedina, Coimbra, 2023; na jurisprudência europeia, os Acórdãos do TJUE de 2-III-2027 (*Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main c. Comtech GmbH*), in: ECLI:EU:C:2017:154, e de 13-IX-2018 (*Starman AS c. Tarbijakaitseamet*), in: ECLI:EU:C:2018:721.

28 Esta publicidade – realizada mediante sistemas automáticos com mensagens pré-gravadas, incluindo SMS (serviço de mensagens curtas), EMS (serviço de mensagens melhoradas) ou MMS (serviço de mensagens multimédia) – é, em princípio, proibida, dado a lei ter consagrado um sistema de “opt in”: a publicidade telefónica com recurso a mensagens pré-gravadas depende sempre da autorização prévia dos destinatários ou da sua não integração nas listas para efeitos de comunicações não solicitadas.

divulgar a informação, o empresário fornecedor do bem ou prestador do serviço está obrigado a dispensar ao consumidor através desse meio um conjunto mínimo de informações pré-contratuais (art. 4.º, nº 1, a), d), e), g), h), i), m) e r) da LCCD)<sup>29</sup>. Igualmente relevantes são ainda as disposições em matéria da publicidade televisiva, prevista na Lei da Televisão ou LTV (Lei nº 27/2007, de 20 de julho), “maxime”, identificação, separação, inserção e interatividade da publicidade televisiva (arts. 40.º-A, 40.º-C e 40.º-D) e televenda (art. 40.º-B, todos da LTV).

#### 4.4. Contratos Eletrónicos

I. Os contratos por *meios eletrónicos* – a mais recente mas também, crescentemente, uma das mais relevantes modalidades da contratação à distância graças à proliferação do comércio eletrónico (“e-commerce”) – são contratos que se caracterizam pelo facto de as declarações de vontade dos contraentes serem produzidas e transmitidas por via telemática mediante o recurso a equipamentos de processamento e transmissão eletrónica de dados (computadores, “tablets”, “smarthphones”), designadamente através de correio eletrónico (“e-mail”), páginas ou sítios “web” (“internet”), redes sociais ou outros análogos. Dado que estes contratos constituem, em si mesmos, um tipo autónomo de contrato de consumo – os *contratos eletrónicos com consumidores* ou B2C –, deixaremos o seu estudo para essa oportunidade.<sup>30</sup>

II. O *regime legal* dos contratos à distância encontra-se previsto nos arts. 4.º e segs. da LCCD: tais regras dizem respeito a todas as fases da vida contratual, incluindo a *negociação*, a *formação*, a *execução* e a *extinção* de tais contratos. A elas dedicaremos agora uma atenção autónoma.

---

29 Entre estes elementos informativos mínimos inclui-se o direito de desistência do consumidor, com exceção do modelo de formulário de retratação previsto no anexo I, parte B da LCCD (art. 5.º, nº 5, “in fine”). A este respeito, veja-se o Acórdão do TJUE de 23-I-2019 (*Walbusch Walter Busch c. Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs*), onde se determina que “se o contrato for celebrado através de uma técnica de comunicação à distância que impõe limitações de espaço ou de tempo para divulgar a informação e sempre que exista o direito de retratação, o profissional tem o dever de fornecer ao consumidor, na tecnologia em questão e antes da celebração do contrato, a informação sobre as condições, o prazo e o procedimento de exercício desse direito. Em tal caso, este profissional deve fornecer ao consumidor o modelo de formulário de retratação previsto no anexo I, parte B, da referida diretiva, por outra fonte, em linguagem clara e compreensível” (in: ECLI:EU:C:2019:47 [§ 47]).

30 ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Eletrónicos B2C*, em curso de publicação. Dada esta natureza bifronte, os contratos eletrónicos encontram-se assim sujeitos simultaneamente, em princípio, às regras gerais em sede da contratação à distância (LCCD) e às suas regras próprias em sede de contratação eletrónica (mormente, a LCE).

## 5. Negociação

I. Relativamente à fase da negociação dos contratos à distância, avultam indubitavelmente os *deveres pré-contratuais de informação* do empresário perante o consumidor. Tais informações podem ser divididas em informações gerais (art. 4.º da LCCD) e informações adicionais (arts. 4.º A e 4.º-B da LCCD).

### 5.1. Deveres Gerais de Informação

I. O art. 4.º da LCCD contém um extenso elenco de *informações gerais* que devem ser prestadas pelo empresário antes da celebração de um contrato à distância.

II. Tais informações incluem, designadamente (i) a sua identidade, endereço e contactos<sup>31</sup>, (ii) a identidade e endereço dos terceiros que atuem em seu nome e por sua conta<sup>32</sup>, (iii) as características essenciais do bem ou do serviço<sup>33</sup>, (iv) o preço total do bem ou do serviço<sup>34</sup>, (v), o preço personalizado<sup>35</sup> (vi) o modo de cálculo do preço<sup>36</sup>,

---

31 Tenha-se presente que os empresários em geral se encontram sujeitos a um mero dever de *divulgação* de linhas telefónicas dedicadas nas relações com os consumidores, apenas estando sujeitos a um dever de *disponibilização* efetiva no âmbito dos contratos de prestação de serviços essenciais (arts. 3.º e 5.º da Lei nº 59/2021, de 14 de julho). Num sentido semelhante, o Acórdão do TJUE de 10-VII-2019 veio considerar que o profissional deve informar o consumidor dos seus contactos telefónico e eletrónico (cf. art. 4.º, nº 1, a) da LCCD), não sendo, todavia, obrigado a ativar uma nova linha telefónica, de “fax”, ou endereço eletrónico para permitir aos consumidores contactar com ele (in: ECLI: EU:C:2019:576).

32 Sobre a identificação dos terceiros intermediários, vide os Acórdãos do TJUE de 9-XI-2016 (*Sabrina Wathelet c. Garage Bietheres & Fils SPRL*), in: ECLI:EU:C:2016:840, e de 4-II-2022 («*Tiketa*» *UAB c. M. Š.*), in: ECLI:EU:C:2022:112: nos termos deste último acórdão, os deveres de informação pré-contratual são também extensíveis e aplicáveis aos intermediários de plataformas digitais que atuam em nome do empresário/profissional [§§ 24 e ss.].

33 Sempre que os bens ou serviços incluam outros bens ou serviços acessórios, de aquisição facultativa, o consumidor deverá ser também informado dessas opções adicionais: por exemplo, aplicações informáticas que incluam compras integradas (“in-app”) (v.g., videojogos com níveis suplementares) ou assinaturas de serviços que incluam conteúdos opcionais (v.g., serviço audiovisual com visualização de canais ou conteúdos “premium”). Cf. também art. 9.º-A da LDC.

34 Incluindo taxas, impostos e outros encargos, v.g., IVA, direito aduaneiros, etc. No caso de contratos de duração indeterminada ou que incluam uma assinatura de periodicidade, o preço total indicado deverá incluir os custos totais, por período de faturação e, tratando-se de contratos com uma tarifa fixa, deverá incluir todos os custos periódicos: assim, por exemplo, num serviço de televisão ou “internet”, o consumidor deve ser previamente informado da taxa mensal, bimensal, trimestral ou outra que vai pagar independentemente da utilização.

35 Sobre os preços personalizados com base em decisões automatizadas no âmbito dos contratos de consumo em linha, vide COSTA, I. SILVA, *A Proteção da Pessoa na Era dos Big Data: A Opacidade do Algoritmo e as Decisões Automatizadas*, 56 e ss., in: 24 “Revista Electrónica de Direito” (2021), 33-82; OLIVEIRA, M. PERESTRELO, *Definição de Perfis e Decisões Individuais Automatizadas no Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados*, in: Cordeiro, A./ Oliveira, A./ Duarte, D. (coord.), “Fintech – Novos Estudos sobre Tecnologia Financeira”, 61-88, Almedina, Coimbra, 2019.

(vii) as modalidades de pagamento, entrega ou execução, bem como a data-limite de entrega do bem ou serviço<sup>37</sup>, (viii) a existência de um direito de livre resolução do contrato, seu modo de exercício, termos e efeitos<sup>38</sup>, (ix) o custo de utilização da técnica de comunicação à distância<sup>39</sup>, (x) a duração do contrato ou as condições da sua denúncia<sup>40</sup>, (xi) a existência de prazo da garantia de conformidade dos bens<sup>41</sup>, (xii) a assistência e serviços pós-venda, bem com as garantias comerciais<sup>42</sup>, (xiii) as funcionalidades, compatibilidade e interoperabilidade dos bens com elementos digitais, conteúdos e serviços digitais<sup>43</sup>, (xiv) a existência de códigos de conduta relevantes<sup>44</sup>, (xv) a existência de depósitos ou outras garantias financeiras<sup>45</sup> e (xvi) a possibilidade de acesso a um mecanismo extrajudicial de reclamação a que o empresário esteja vinculado.<sup>46</sup>

---

36 Incluindo quaisquer encargos suplementares de transporte, de entrega e postais, e quaisquer outros custos, quando a natureza do bem ou serviço não permita o cálculo em momento anterior à celebração do contrato.

37 Sobre os prazos de entrega dos bens e serviços (art. 19.º da LCCD), vide *infra* 7 (III).

38 Tenha-se presente que estes deveres informativos sobre o direito de livre resolução podem ser cumpridos mediante a entrega do modelo legal constante da Parte A do Anexo ao Decreto-Lei 24/2014 (art. 4.º, nº 2 da LCCD). Sobre o direito de livre resolução (arts. 10.º a 17.º da LCCD), vide *infra* 8.

39 Nos casos em que tal custo seja calculado numa base diferente da tarifa base: por exemplo, no caso de contratos celebrados através de contacto telefónico, um número de telefone com serviço de tarifa majorada (STM).

40 Nos casos de contratos de duração indeterminada ou de renovação automática, o consumidor deve ser informado dos requisitos da denúncia contratual (v.g., termos e prazos de exercício, encargos aplicáveis) e, no caso de contratos sujeitos a períodos contratuais mínimos, os encargos com a cessação antecipada (v.g., para os serviços de comunicações eletrónicas, vide arts. 122.º, nº 1, b), 128.º, nº 12, e 136.º, nº 4 da LComunE).

41 Sobre a garantia legal de conformidade contratual na atual LVBC, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *A Compra e Venda de Consumo*, em curso de publicação; FALCÃO, DAVID, *Análise à Nova Lei das Garantias: DL 84/2021, de 18 de Outubro*, 521 e ss., in: 81 “Revista da Ordem dos Advogados” (2021), 493-541; LEITÃO, L. MENEZES, *Desconformidade e Meios de Tutela do Adquirente na Venda de Bens de Consumo*, 173 e ss., in: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (cor.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. II, 161-185, Almedina, Coimbra, 2023.

42 Sobre as garantias comerciais, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *A Compra e Venda de Consumo*, em curso de publicação. Sobre a existência e extensão dos deveres de informação dos empresários vendedores relativamente às garantias comerciais de terceiros (produtores ou fabricantes), vide o Acórdão do TJUE de 5-V-2022 (*Absolut-bikes GmbH & Co. KG c. The-trading-company GmbH*), in: ECLI: EU:C:2022:353.

43 Sobre tais conceitos, vide os arts. 2.º, j), 6.º, a), 28.º, a) e 29.º, b) da LVBC (ANTUNES, J. Engrácia, *A Compra e Venda de Consumo*, em curso de publicação).

44 Sobre os códigos de conduta como fonte de Direito do Consumo, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito do Consumo*, 20 e s., Almedina, Coimbra, 2019. Sobre a sua vinculatividade jurídica, vide o Acórdão do TJUE de 19-IX-2018 (*Bankia SA c. Juan Carlos Mari e Outros*), in: ECLI: EU:C:2018:73.

45 Especialmente frequente nos contratos de locação, tal como o aluguer automóvel.

46 Sobre tais mecanismos de resolução extrajudicial de conflitos, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Conflitos de Consumo*, em curso de publicação; CARVALHO, J. MORAIS/ PINTO-FERREIRA, J. PEDRO/ CARVALHO, J. CAMPOS, *Manual de Resolução Alternativa de Litígios de Consumo*, Almedina, Coimbra, 2017.



## 5.2. Deveres Especiais nos Mercados em Linha

I. Paralelamente, existe ainda um conjunto de *informações e diligências adicionais* no caso particular dos contratos celebrados em mercados em linha (arts. 4.º-A e 4.º-B da LCCD).

II. É sabido que, com o advento do comércio eletrónico, uma parte sempre crescente dos contratos de consumo são negócios formados, celebrados e até cumpridos através de *plataformas digitais* (“digital platforms”), que estão na origem de mercados eletrónicos (“emarket places”) ou em linha (“online markets”). Tais plataformas são muito diversas, podendo a sua titularidade e exploração ser detida pelas próprias empresas fornecedoras dos bens ou prestadoras dos serviços, funcionando com um canal de contratação “on line” daqueles bens e serviços alternativo à tradicional contratação “off line” (plataformas próprias ou internas) ou ser detida por terceiras empresas especializadas cuja função é criar um autónomo “mercado em linha”, ou seja, providenciar um espaço digital de encontro entre a oferta e a procura, desenvolvendo assim uma atividade de intermediação entre as empresas fornecedoras de bens e serviços, por um lado, e os respetivos consumidores e clientes, por outro (plataformas externas ou de intermediação).<sup>47</sup>

III. Ciente do relevo crescente destas plataformas e mercados, o legislador veio determinar que o prestador de mercado em linha (art. 3.º, t da LCCD) deve facultar ao consumidor informações (i) sobre os principais parâmetros que determinam a classificação das propostas apresentadas ao consumidor em resultado da pesquisa; (ii) de que as propostas apresentadas se referem exclusivamente às do prestador do mercado em linha; (iii) de que a comparação de propostas se baseia em diferentes circunstâncias, não apresentando essa comparação como um desconto; (iv) sobre a identificação e o estatuto da outra parte contratante; (v) sobre a atribuição e partilha de responsabilidades contratuais entre o empresário parte no contrato e o prestador do mercado em linha; e

---

47 Sobre as plataformas eletrónicas, vide GUIMARÃES, M. RAQUEL, *As Plataformas “Colaborativas” enquanto Prestadoras de Serviços da Sociedade de Informação*, 474 e ss., in: Carvalho, M./ Sousa, A. (coord.), “Economia Colaborativa”, 468-498, UMinho Editora, Braga, 2023.

(vi) sobre as percentagens de redução e o preço mais baixo anteriormente praticado, no caso de vendas com redução de preço.<sup>48</sup>

IV. Particular destaque merece aqui a *identificação da parte contratante* – que obriga o prestador em linha a informar o consumidor sobre se o terceiro que oferece os bens, serviços ou conteúdos digitais é ou não um profissional, com base nas declarações prestadas por aquele ao prestador do mercado em linha e, em caso negativo, a informação de que os direitos do consumidor não se aplicam ao contrato celebrado (art. 4.º, n.º 1, d) e e) da LCCD) – e ainda a *atribuição de responsabilidades contratuais* – que obriga aquele prestador em linha a informar o consumidor sobre o modo como as obrigações contratuais são partilhadas entre o terceiro que oferece os bens, serviços ou conteúdos digitais e o prestador do mercado em linha, sem prejuízo da responsabilidade do prestador do mercado em linha ou do terceiro profissional em relação ao contrato resultante de outras disposições das leis europeias ou nacionais (art. 4.º, f) da LCCD).<sup>49</sup>

V. Por último, advirta-se que o prestador do mercado em linha que disponibilize o acesso a *avaliações efetuadas por consumidores* está ainda obrigado a adotar um conjunto de medidas de diligência adequadas, designadamente a assegurar a verificação de existência prévia de transação comercial efetuada por aquele consumidor, sempre que a avaliação esteja anunciada como tendo por base a aquisição prévia do produto ou serviço oferecido; identificar, de forma clara e inequívoca, as avaliações feitas em troca de algum benefício, quando disso tenha ou deva ter conhecimento; garantir que as avaliações são publicadas sem demora e que o seu autor pode, a qualquer momento, editar o seu conteúdo; e garantir que todas as avaliações, positivas ou negativas,

---

48 Sobre o ponto, vide SIMÃO, J. CARITA/ SOARES, S. ASSUNÇÃO, *Práticas Comerciais Desleais em Geral e em Linha: A Diretiva (EU) 2019/2161, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de novembro, a sua Transposição Parcial para o Decreto-Lei n.º 109-G/2021, de 10 de dezembro, e o Reforço da Proteção dos Direitos dos Consumidores*, 671 e ss., in: Ataíde, R./ Rocha, F/ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 649-681, Almedina, Coimbra, 2023.

49 Sobre o ponto, em especial a responsabilidade solidária do prestador do mercado em linha (arts. 44.º a 46.º da LVBC), vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *A Compra e Venda de Consumo*, em curso de publicação. Relevantes são também as exigências de transparência relativa aos *sistemas de classificação* dos produtos e serviços oferecidos pelos empresários, mormente em função do tratamento automatizado e algorítmico dos resultados das pesquisas realizadas pelos consumidores (arts. 4.º-A, n.º 1 da LCCD). Sobre a figura congénere dos sistemas de recomendação das plataformas eletrónicas, também sujeitos a requisitos de transparência no âmbito do Regulamento dos Serviços Digitais (art. 25.º do Regulamento UE/2022/2065, de 19 de outubro), vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Eletrónicos B2C*, em curso de publicação.

permanecem disponíveis por idêntico período, não inferior a seis meses (art. 4.º-B, nº 1 da LCCD).<sup>50</sup>

### 5.3. Regime

I. O regime deste extenso elenco de deveres informativos prévios à celebração de um contrato à distância abrange uma diversidade de aspetos – de que aqui se dá sucintamente nota.

II. As informações pré-contratuais possuem uma natureza jurídica *imperativa e vinculativa* para as partes contratantes: com efeito, tais informações são parte integrante do contrato e não podem ser alteradas salvo acordo contrário das partes anterior à celebração do contrato (art. 4.º, nº 4 da LCCD)<sup>51</sup>. A delimitação do *perímetro* das informações pré-contratuais relevantes deverá ser feita perante cada contrato em concreto: com efeito, as informações constantes do elenco legal dos arts. 4.º e 4.º-A da LCCD foram concebidas para os contratos à distância em geral e abstrato, tendo diversas delas uma aplicação eventual ou condicionada nos casos concretos (“se aplicável”) (v.g., alíneas g), h), i), l) e z) do art. 4.º, nº 1, alínea c) do art. 4.º-A). A declaração do empresário contendo tais informações pré-contratuais consubstanciará, em princípio, um mero *convite a contratar*, e não uma proposta contratual: com efeito, o cumprimento desses deveres legais informativos assegura a proteção do consumidor almejada pela lei, não devendo coartar a autonomia privada do empresário.<sup>52</sup>

III. As informações pré-contratuais devem ser prestadas “*em tempo útil e de forma clara e compreensível*” (art. 4.º, nº 1 da LCCD) – isto é, deverão ser prestadas pelo empresário em momento anterior à celebração do contrato e apresentadas de modo a que um consumidor médio as pudesse apreender diretamente e sem dificuldade, sem

---

50 Além disso, o prestador do mercado em linha deve disponibilizar as avaliações aos consumidores preferencialmente por ordem cronológica, indicando o critério utilizado (art. 4.º-B, nº 3 da LCCD) e deve disponibilizar mecanismos de reporte de avaliações falsas ou abusivas, permitindo ao fornecedor de bens ou prestador de serviços responder às avaliações apresentadas (art. 4.º-B, nº 3 da LCCD).

51 Tal regime já não se aplica às alterações dos termos do contrato posteriores à respetiva celebração, para quais poderão ser relevantes as disposições da LCCG.

52 Assim também, BARATA, C. LACERDA, *Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*, 81, in: V “Estudos de Direito do Instituto do Consumo” (2017), 41-127; CHEN, CHEN, *Contratos à Distância em Geral*, 786, in: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 777-801, Lisboa, 2023. Em sentido contrário, CARVALHO, J. MORAIS, *Manual de Direito do Consumo*, 317 e ss., 8ª edição, Almedina, Coimbra, 2022.

prejuízo das eventuais especificidades decorrentes do público-alvo ou das técnicas de comunicação utilizadas (art. 5.º, nº 1 da LCCD)<sup>53</sup> – e o *ónus da prova* do cumprimento desses deveres informativos recai sobre o empresário (art. 4.º, nº 8 da LCCD) – a qual resultará, via da regra, da confirmação do contrato à distância fornecida em suporte duradouro (art. 6.º, nº 1 da LCCD).

IV. Finalmente, o *incumprimento* destes deveres pré-contratuais de informação pode ser fonte de um conjunto de consequências para o empresário: entre elas, incluem-se a responsabilidade pré-contratual (art. 227.º, nº 1 do CCivil), a responsabilidade pelos danos causados ao consumidor (art. 8.º, nº 5 da LDC), a isenção do pagamento de custos ou encargos por parte do consumidor (arts. 4.º, nº 5 e 13.º, nº 2, a) da LCCD), a extensão do prazo para o exercício do direito de resolução (art. 10.º, nº 2 da LCCD), e a responsabilidade contraordenacional (art. 31.º, nº 4 da LCCD).

#### 5.4. Outros

I. A terminar, deve ainda ser referido que os deveres informativos pré-contratuais previstos da LCCD não prejudicam a aplicação simultânea das disposições em matéria de informação pré-contratual do consumidor previstas *noutras leis de consumo* ou aplicáveis a determinados contratos especiais de consumo.

II. Pense-se assim, por exemplo, no dever de informação geral aos consumidores (art. 8.º da LDC), nos deveres informativos nos contratos de adesão (arts. 5.º e 6.º da LCCG)<sup>54</sup>, nos deveres informativos prévios à celebração de contratos relativos aos serviços de comunicações eletrónicas (art. 120.º da LComunE), nos deveres de informação mínima nos contratos eletrónicos (art. 28.º, nº 1 da LCD)<sup>55</sup>, já sem falar nos

---

53 Especialmente relevante é que não basta fornecer as informações pré-contratuais como simples parte das condições contratuais gerais que o consumidor venha a aceitar (Acórdão do TJUE de 24-II-2022 (*«Tiketa» UAB c. M. Š.*), in: ECLI:EU:C:2022:112). Sobre tais questões, vide desenvolvimentos em CARVALHO, J. MORAIS, *Prestação de Informações nos Contratos Celebrados à Distância*, in: AA.VV., “Direito Privado e Direito Comunitário”, 13-144, Âncora Editora, Lisboa, 2009; PINTO, P. MOTA, *Princípios Relativos aos Deveres de Informação no Comércio à Distância*, in: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2003), 183-206; REBELO, F. NEVES, *O Direito à Informação do Consumidor nos Contratos à Distância*, in: “Liber Amicorum Mário Frota”, 103-153, Almedina, Coimbra, 2012.

54 ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Comerciais de Adesão*, em curso de publicação; NUNES, P. CAETANO, *Comunicação de Cláusulas Contratuais Gerais*, in: “Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor C. Ferreira de Almeida”, vol. II, 507-534, Almedina, Coimbra, 2011.

55 Cf. ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Eletrónicos B2C*, em curso de publicação; BARROS, J. LEITE, *Os Contratos de Consumo Celebrados pela Internet*, 798 e ss., in: 3 “Revista Jurídica Luso-

próprios deveres de informação pré-contratuais decorrentes das normas civis gerais (v.g., em sede da culpa “in contrahendo”: cf. art. 227.º, nº 1 do CCivil). Particular destaque merece o conjunto de elementos de “informação substancial” de que o consumidor necessita para tomar uma decisão negocial esclarecida, previstos nos arts. 9.º, nº 1, a) e 10.º da LPCD.<sup>56</sup>

## **6. Formação**

### **6.1. Princípio Geral**

I. A formação dos contratos à distância está dominada pelo *princípio geral da liberdade de forma* (art. 219.º do CCivil), já que, com exceção dos celebrados por telefone (cf. art. 5.º, nº 8 da LCCD), a celebração destes contratos não se encontra sujeita a forma especial imposta por lei. Em contrapartida, já se encontra subordinada às *regras específicas* relativas ao particular meio de comunicação à distância utilizado na sua celebração (designadamente, LI, LR, LTV, CPub, etc.).<sup>57</sup>

### **6.2. Regras Especiais**

I. Assim, no que diz respeito a contratos celebrados através de *correspondência postal*, o conteúdo contratual mínimo deve integrar, além dos elementos gerais do art. 4.º, nº 1, os elementos adicionais previstos no art. 21.º da LCCD, sendo ainda de ter presentes as normas do art. 23.º do CPub e da Lei nº 6/99, de 27 de janeiro.

II. No que respeita a contratos celebrados através de *telefone*, a lei exigiu a assinatura da proposta contratual do empresário ou o consentimento escrito do consumidor (exceto nos casos em que o primeiro contato telefónico seja efetuado pelo

---

Brasileira” (2017), 781-843; OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, 65 e ss., Almedina, Coimbra, 2002.

<sup>56</sup> ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *As Práticas Comerciais Desleais*, em curso de publicação. Dado que o elenco dos deveres informativos pré-contratuais previsto no art. 4.º da LCCD é mais amplo e pormenorizado do que o elenco do art. 10.º da LPCD, o empresário que cumpra o primeiro estará também a cumprir o último, o que não prejudica, todavia, que ainda assim possa incorrer em situações de omissão enganosa decorrentes de outros requisitos de transparência previstos neste último diploma.

<sup>57</sup> Cf. Lei nº 2/99, de 13 de janeiro (Lei da Imprensa ou LI), Lei nº 54/2010, de 24 de dezembro (Lei da Rádio ou LR), e Lei nº 27/2007, de 20 de julho (Lei da Televisão ao LTV).

próprio consumidor: cf. art. 5.º, n.º 8 da LCCD)<sup>58</sup>, sendo ainda de ter presente outras regras especiais porventura aplicáveis (v.g., Decreto-Lei n.º 134/2009, de 2 de junho, relativo aos centros telefónicos de relacionamento).

III. Finalmente, no que respeita a contratos celebrados por *rádio ou televisão*, a celebração do contrato deve ser precedida da prestação de um conteúdo mínimo de informação (art. 5.º, n.ºs 5 e 6 da LCCD), além da observância das regras especiais previstas no CPub (art. 8.º), na LTV (arts. 40.º e segs.) e na LR (art. 40.º).

## **7. Cumprimento**

I. No âmbito do cumprimento dos contratos à distância, avultam duas obrigações do empresário: a obrigação de confirmação do conteúdo do contrato (art. 6.º, n.º 1 da LCCD) e a obrigação de execução do contrato (art. 19.º da LCCD).

### **7.1. Confirmação do Conteúdo Contratual**

I. A *obrigação de confirmação do conteúdo do contrato* encontra-se prevista no art. 6.º da LCCD: nos termos do n.º 1 deste preceito, “o fornecedor de bens ou prestador de serviços deve confirmar a celebração do contrato à distância, em suporte duradouro, no prazo de cinco dias contados dessa celebração e, o mais tardar, no momento da entrega do bem ou antes do início da prestação do serviço”.

II. Encontramo-nos assim diante de uma *obrigação acessória* do empresário, relativa ao conteúdo do contrato e não à sua conclusão: a finalidade deste dever é reforçar a segurança e a proteção jurídicas do consumidor, assegurando a este, já depois da celebração do contrato, o conhecimento cabal das principais condições do contrato por forma a facilitar o exercício informado e tempestivo da sua prerrogativa legal de manutenção ou desistência do contrato (art. 10.º da LCCD) e a facultar-lhe de um meio de prova do conteúdo do contrato em caso de litígio de consumo (arts. 342.º e segs. do CCivil, 5.º do CPC).

---

58 Regra semelhante encontrava-se prevista a respeito da celebração dos contratos de serviços de comunicações eletrónicas (art. 48.º, n.º 3 da anterior LComunE). Cf. ROCHA, F. RODRIGUES/ FIDALGO, V. PALMELA/ RODRIGUES, A. BARROSO, *Comunicações Eletrónicas*, 84, in: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. II, 67-139, Almedina, Coimbra, 2023.

III. Esta obrigação realiza-se através da entrega ao consumidor do conjunto das informações pré-contratuais obrigatórias (art. 6.º, nº 2 da LCCD); deve ser efetuada em suporte duradouro (v.g., papel, chave USB, CD-ROM, DVD: cf. art. 3.º, v) da LCCD)<sup>59</sup>, salvo se o profissional já tiver prestado essa informação antes da celebração do contrato em suporte idêntico (v.g., um catálogo de vendas por correspondência, uma mensagem SMS, um e-mail”: cf. art. 6.º, nº 2, “in fine”, da LCCD); e deve ser realizada no prazo de cinco dias contados dessa celebração ou, no máximo, no momento da entrega do bem ou antes do início da prestação do serviço (art. 6.º, nº 1 da LCCD). O incumprimento desta obrigação constitui uma contraordenação económica grave, nos termos do art. 31.º, nº 2 da LCCD.

## 7.2. Execução do Contrato

I. A *obrigação de execução do contrato* encontra-se prevista no art. 19.º da LCCD: nos termos do nº 1 deste preceito, “salvo acordo em contrário entre as partes, o fornecedor de bens ou prestador de serviços deve dar cumprimento à encomenda no prazo máximo de 30 dias, a contar do dia seguinte à celebração do contrato”.

II. Trata-se da *obrigação principal* do empresário fornecedor ou prestador, cujo incumprimento sujeita este a reembolsar o consumidor dos montantes pagos ou mesmo a devolver o preço em dobro (n.ºs 2 e 3), sem prejuízo da possibilidade de prestar bem ou serviço de qualidade e preço equivalentes se tal houver sido convencionado e o consumidor nisso tenha consentido expressamente (nº 4) e, em tal caso, sem prejuízo do

---

<sup>59</sup> Por *suporte duradouro* entende-se qualquer instrumento que permita ao consumidor armazenar informações que lhe sejam pessoalmente dirigidas, de modo a que, no futuro, possa ter acesso fácil às mesmas durante um período de tempo adequado aos fins a que as informações se destinam e que permita a respetiva reprodução: estão aqui abrangidos, para além do papel, as chaves “Universal Serial Bus” (USB), vulgo “pen”, os “Compact Disc Read-Only Memory” (CD-ROM), os “Digital Versatile Disc” (DVD), os cartões de memória, os discos rígidos do computador, os extratos impressos em terminais automáticos, e as mensagens em caixas de correio eletrónicas integradas em sítios da “internet” que permaneçam invioláveis e acessíveis ao consumidor. Sobre a noção de suporte duradouro, vide, na doutrina, DEMOULIN, MARIE, *La Notion de «Support Durable» dans les Contrats à Distance*, in: 4 “Revue Européenne de Droit de la Consommation” (2000), 361-377; na jurisprudência, os Acórdãos do TJUE de 5-VI-2012 (*Content Services Ltd c. Bundesarbeitskammer*) – segundo o qual as hiperligações no sítio “internet” da empresa fornecedora nos contratos à distância não podem ser consideradas como suporte duradouro para estes efeitos (in: ECLI:EU:C:2012:419 [§ 51]) – e de 25-I-2017 (*BAWAG PSK Bank AG c. Verein für Konsumenteninformation*) – segundo o qual poderão ser qualificados como suporte duradouro os sítios “internet” que permitem ao consumidor armazenar as informações que lhe são pessoalmente dirigidas, desde que esteja garantida a sua permanente acessibilidade e inalterabilidade durante um período adequado de tempo e seja acompanhada de um comportamento ativo do prestador relativamente à sua existência (ECLI:EU:C:2017:38 [§§ 43 e ss.]).

direito de desistência do consumidor, correndo as despesas de devolução a cargo do empresário (nº 5).

### **7.3. Transferência da Propriedade e do Risco**

I. Aspeto relevante neste contexto é ainda a *transferência da propriedade e do risco*. Tratando-se de uma compra e venda, o consumidor torna-se proprietário do bem com a respetiva celebração (art. 408.º do CCivil) e pode fruir plenamente do mesmo (art. 1305.º do CCivil), inclusivamente durante o decurso do prazo de desistência, sem prejuízo dos ónus a que se encontra então sujeito nos termos do art. 14.º da LCCD (utilização normal, sob pena de responsabilidade pela respetiva depreciação).

II. Do mesmo modo, o risco da perda ou deterioração dos bens passa a correr por conta do consumidor a partir do momento em que estes lhe tenham sido entregues pelo empresário (art. 796.º do CCivil), “*rectius*”, do momento da entrada do consumidor na posse física dos bens (a determinar nos termos do art. 13.º, nº 1, b) da LCCD), independentemente de estes terem ou não sido inspecionados pelo consumidor para detetar eventuais defeitos ou avarias (sem prejuízo da obrigação geral de conformidade e das regras de distribuição do ónus da prova, previstas na LVBC).<sup>60</sup>

### **7.4. Outros Aspetos**

I. Finalmente, embora num plano delitual, merece ser sublinhado que as vicissitudes do cumprimento das obrigações do empresário se encontram sujeitas a um regime de *fiscalização, sancionamento e responsabilidade contraordenacional* previsto nos arts. 30.º a 32.º da LCCD. Além disso, nos termos do art. 21.º do Regulamento UE/2017/2394, de 12 de dezembro, as autoridades nacionais responsáveis pela legislação de proteção dos consumidores que participem numa ação coordenada no caso

---

<sup>60</sup> Sobre a garantia legal de conformidade com o contrato na LVBC de 2021, vide, entre outros, ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *A Compra e Venda de Consumo*, em curso de publicação; CARVALHO, J. MORAIS, *Compra e Venda e Fornecimento de Conteúdos e Serviços Digitais – Anotação ao Decreto-Lei nº 84/2021, de 18 de Outubro*, Almedina, Coimbra, 2022; LEITÃO, L. MENEZES, *Desconformidade e Meios de Tutela do Adquirente na Venda de Bens de Consumo*, in: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. II, 161-185, Almedina, Coimbra, 2023.



de infrações transfronteiriças “generalizadas” devem tomar medidas para as fazer cessar ou proibir.<sup>61</sup>

## **8. Extinção**

### **8.1. O Direito de Desistência**

I. Os contratos à distância encontram-se sujeitos, em princípio, às causas gerais da cessação e extinção dos contratos (v.g., caducidade, revogação, denúncia): tal como sucede com os demais contratos de consumo, todavia, a “joia da coroa” ou traço identitário do seu processo extintivo reside no *direito de desistência do consumidor*.<sup>62</sup>

II. O regime deste direito fundamental – que o legislador designou aqui de “direito de livre resolução” – é vasto e minucioso, encontrando-se contido nos arts. 10.º a 17.º da LCCD. Entre os aspetos mais relevantes, que aqui serão referidos sucintamente, destacam-se o *prazo*, as *modalidades*, a *natureza*, os *efeitos* e as *exceções* ao exercício deste direito.

### **8.2. Prazo**

I. O consumidor tem o direito de resolver ou desistir do contrato à distância no *prazo de 14 dias* (art. 10.º, n.º 1 da LCCD)<sup>63</sup>. Trata-se de conceder ao consumidor risco um período de reflexão (“colling-off period”, “delais de réflexion”) destinado a protegê-lo contra os riscos tipicamente associados à contratação à distância, designadamente o frequente desconhecimento da identidade e localização exatos da sua contraparte

---

61 O art. 24.º da Diretiva 2011/83/CE, de 25 de outubro (aditado pela Diretiva UE/2019/2161, de 27 de novembro) veio mesmo exigir que, para este tipo particular de infrações, os Estados-membros contemplem a possibilidade de aplicar coimas por meio de procedimentos administrativos ou de intentar uma ação judicial para aplicação de coimas, ou ambas, sendo o montante máximo dessas coimas de, pelo menos, 4% do volume de negócios anual do empresário ou, não existindo informação disponível sobre este, de pelo menos 2 milhões de euros.

62 Sobre o direito de desistência, enquanto traço distintivo da contratação de consumo, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito do Consumo*, 147 e ss., Almedina, Coimbra, 2019; ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*, 157 e ss., in: 2 “Anuário do Nova Consumer Lab – Yearbook of the Nova Consumer Lab” (2020), 123-163.

63 Trata-se de um prazo legal mínimo, podendo as partes fixar convencionalmente um prazo mais amplo (art. 10.º, n.º 5 da LCCD).

contratual e a ausência de contato direto ou exame físico dos produtos adquiridos antes de os encomendar e pagar.

II. Sendo aqui aplicáveis as regras gerais de contagem dos prazos previstas no Código Civil (arts. 279.º e 296.º), a LCCD previu diferentes datas de início dessa contagem consoante se trate de contratos relativos à compra e venda de bens (em que releva, em princípio, a data da entrega ou da posse física dos bens) ou contratos de serviços ou relativos ao fornecimento de água, gás ou eletricidade (em que releva a data da celebração contratual)<sup>64</sup>. Sublinhe-se que este prazo poderá ser alargado em 12 meses caso o empresário fornecedor de bens ou prestador de serviços não tenha informado o consumidor, antes da celebração do contrato, da existência, prazo e modo de exercício do direito de desistência, juntamente com a entrega do formulário respetivo (art. 10.º, n.º 2 da LCCD), o qual será interrompido se e quando o empresário cumprir tais obrigações de informação e entrega, começando então a correr novo prazo de 14 ou 30 dias (art. 10.º, n.º 3 da LCCD).

### **8.3. Modalidades**

I. O direito de desistência contratual pode ser exercido pelo consumidor através de três modalidades alternativas: o envio de qualquer *declaração inequívoca* de desistência por meio da qual este comunique ao empresário a decisão de cessar o contrato, v.g., carta, contacto telefónico, correio eletrónico, ou devolução do bem com manifestação de vontade de retratação (art. 11.º, n.ºs 1 e 2 da LCCD); o envio ao empresário do *modelo de “Livre Resolução”* devidamente preenchido (art. 11.º, n.º 1 e parte B do anexo da LCCD); ou ainda o envio de *declaração eletrónica de resolução no sítio “web”* do empresário, que está obrigado a acusar a sua receção no prazo de 24 horas em suporte duradouro (art. 11.º, n.º 4 da LCCD).

II. O ónus da prova do exercício do direito de desistência compete ao consumidor (art. 11.º, n.º 5 da LCCD, art. 342.º, n.º 1 do CCivil), o qual terá assim toda a vantagem

---

64 Sendo um prazo estabelecido em favor do consumidor, nada impede que desista do contrato mesmo antes de os bens chegarem à sua posse ou possa recusar tomar posse destes. Por exemplo, se, após encomendar um produto ao empresário A, o consumidor encontrar uma melhor oferta no mercado junto do empresário B, dever-lhe-á ser lícito notificar A do exercício do seu direito de desistência mesmo antes de aquele lhe ter sido entregue ou até recusar essa entrega, v.g., informando A que não levantará a encomenda no local de entrega convencionado (v.g., balcão do estabelecimento, posto dos correios).

em enviar as declarações e modelos em apreço por carta registada com aviso de receção ou por correio eletrónico com aviso de leitura.

#### 8.4. Natureza

I. O direito de desistência pode possuir uma *natureza resolutiva* ou *suspensiva*. É sabido que o direito de desistência consiste num direito potestativo do consumidor se desvincular de um contrato de consumo celebrado, através de mera declaração unilateral e discricionária. Todavia, os respetivos efeitos sobre o contrato variam consoante o objeto deste.

II. Nos contratos sobre bens, o direito terá uma eficácia *resolutiva*, ou seja, o contrato celebrado é válido e eficaz entre as partes, vendo os seus efeitos extinguir-se com o exercício tempestivo daquele direito por parte do consumidor: tal significa que, tratando-se de uma compra e venda, o consumidor se torna proprietário do bem (art. 408.º do CCivil) e o risco passa a correr por sua conta (art. 796.º do CCivil), podendo utilizar o bem com os ónus previstos no art. 14.º da LCCD.<sup>65</sup>

III. Já nos contratos sobre serviços, o direito terá uma eficácia *suspensiva*, ou seja, o contrato será originariamente ineficaz, vendo os seus efeitos suspensos até ao termo do prazo legal sem que sobrevenha o respetivo exercício por parte do consumidor (art. 15.º, nº 1, “a contrario sensu”, da LCCD). A lei permite todavia ao consumidor evitar este resultado, exigindo ao empresário o cumprimento imediato do contrato mediante pedido expresso em suporte duradouro (art. 15.º, nºs 1 e 7 da LCCD)<sup>66</sup>, sem perder o seu direito de desistência (exceto se o serviço já tiver sido integralmente prestado: cf. art. 15.º, nº 1 da LCCD) e sem custos adicionais (art. 15.º, nº 5 da LCCD), embora naturalmente sujeito ao pagamento de um montante proporcional aos serviços efetivamente prestados até ao momento do exercício desse direito (art. 15.º, nºs 3 e 4 da LCCD).

---

65 Sobre estes ónus, vide BARATA, C. LACERDA, *Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*, 97, in: V “Estudos do Instituto de Direito do Consumo” (2017), 41-127.

66 Esta faculdade foi prevista pelo legislador com vista a assegurar a plena consecução dos fins subjacentes ao próprio direito de desistência no âmbito dos contratos de prestação de serviços, já que, ficando o contrato suspenso durante o decurso do prazo legal, o consumidor não terá possibilidade de avaliar o serviço prestado por forma a poder decidir sobre o seu interesse em manter ou desistir do contrato celebrado.

## 8.5. Efeitos

I. O exercício do direito de desistência despoleta um conjunto de *efeitos*. Os principais efeitos consistem na extinção das obrigações de execução do contrato e consequentes deveres recíprocos de restituição a cargo das partes contratantes.

II. Assim, o empresário terá o *dever de reembolsar o consumidor* de todos os montantes recebidos (incluindo os custos adicionais de entrega: cf. art. 12.º, n.ºs 2 e 3 da LCCD), no prazo de 14 dias após o conhecimento da desistência contratual e mediante utilização de meio de pagamento idêntico ao utilizado na transação inicial (art. 12.º, n.º 2 da LCCD), sob pena de ficar sujeito a uma obrigação de reembolso em dobro e eventual obrigação de indemnização (art. 12.º, n.º 6 da LCCD)<sup>67</sup>.

III. Em contrapartida, o consumidor terá o *dever de devolver os bens ao empresário* ou a terceiro autorizado para o efeito no prazo de 14 dias após a comunicação da sua desistência contratual (art. 13.º, n.º 1 da LCCD), estando obrigado a conservar os bens nas devidas condições de utilização de modo a não incorrer em qualquer responsabilidade (art. 13.º, n.ºs 3 e 4 da LCCD)<sup>68</sup> e, em princípio, a suportar os custos da respetiva devolução – exceto no caso de acordo das partes em sentido contrário ou de omissão de informação prévia por parte do empresário (art. 13.º, n.º 2 da LCCD).<sup>69</sup>

IV. Aspeto relevante é que o cumprimento destes deveres das partes contratantes está sujeito ao princípio geral da boa fé (art. 9.º, n.º 1 da LDC, arts. 334.º e 762.º do CCivil), e sendo sinalagmáticos, à regra geral da exceção de não cumprimento (art. 428.º do CCivil): nem o consumidor terá a obrigação de devolução do bem enquanto o

---

67 Sobre esta obrigação de reembolso em dobro, vide o Acórdão da Relação do Porto de 27-IV-2015 (CARLOS GIL), segundo o qual tal obrigação tem carácter sancionatório da mora do obrigado à devolução, dependendo dos pressupostos gerais do nascimento da obrigação de indemnização, salvo no que respeita à demonstração da existência e extensão do dano, que são legalmente ficcionadas pela própria lei em montante igual ao da devolução (in: [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt)).

68 No Acórdão do TJUE de 3-IX-1993 (*Pia Messner c. Firma Stefan Krüger*) foi considerado que uma regulamentação nacional que imponha ao consumidor o ónus da prova de que não utilizou esse bem durante o prazo do direito de desistência, de uma forma que fosse além do necessário ao exercício útil deste, afetaria adversamente a eficácia e a efetividade desse mesmo direito (in: ECLI:EU:C:2009:502 [§ 27]).

69 O regime das obrigações de empresário e consumidor está sujeito a regras especiais no caso dos contratos que tenham por objeto prestações de serviços (art. 15.º da LCCD).

profissional não reembolsar o pagamento efetuado, nem este terá a obrigação de reembolso enquanto aquele se recusar a restituir-lhe o bem fornecido<sup>70</sup>.

V. Ao lado destes efeitos principais, o direito de desistência envolve outros efeitos secundários. Entre eles, destacam-se a resolução automática dos *contratos acessórios* do contrato celebrado à distância (v.g., contrato de financiamento ou de seguro da aquisição, de instalação ou manutenção, garantia comercial adicional: cf. art. 3.º, g) da LCCD), não havendo lugar, em princípio, ao pagamento de qualquer indemnização ou de quaisquer encargos (art. 16.º da LCCD); e as obrigações especiais do empresário em matéria *dos dados pessoais do consumidor* à luz das regras do RGPD (art. 13.º, n.ºs 7 a 11 da LCCD, art. 36.º, n.ºs 3 a 5 da LVBC).

## 8.6. Exceções

I. Finalmente, o direito de desistência do consumidor encontra-se sujeito a um vasto conjunto de *exceções* previstas na lei, num total de treze (art. 17.º da LCCD).

De entre estas, entre algumas das mais relevantes no âmbito dos contratos à distância, podem citar-se os seguintes casos:

- bens confeccionados de acordo com especificações do consumidor ou manifestamente personalizados, v.g., mobiliário especial fabricado a partir do catálogo do fabricante, automóvel com equipamento especial (art. 17.º, n.º 1, c) da LCCD);<sup>71</sup>
- serviços tenham sido integralmente prestados após o prévio consentimento expresso do consumidor, v.g., serviços públicos essenciais (água, eletricidade, gás, etc.) ou de comunicações eletrónicas (telefone, televisão, “internet”, etc.) imediatamente acionados a pedido daquele,

---

70 Sobre a boa fé nas relações jurídicas de consumo, vide CALDEIRA, MIRELLA, *A Boa-Fé Objetiva como Princípio Norteador das Relações de Consumo*, in: 2 “Revista da Faculdade de Direito da Universidade Metodista” (2005), 193-217; JÚNIOR, R. ROSADO, *A Boa-Fé na Relação de Consumo*, in: 14 “Revista de Direito do Consumidor” (1995), 20-27.

71 De acordo com a jurisprudência europeia, esta exceção é aplicável independentemente de o empresário ter ou não já começado a trabalhar na encomenda do consumidor (Acórdão do TJUE de 21-X-2020 (*Möbel Kraft GmbH & Co. KG c. ML*), in: ECLI:EU:C:2020:846 [§§ 27 a 29]), mas já não se aplica aos contratos de prestação de serviços que conduzam a resultados tangíveis (Acórdão do TJUE de 14-V-2020 (*NK c. MS e AS*), in: ECLI:EU:C:2020:382 [§§ 58 e 59]).

devidamente informado da perda do seu direito a desistir (arts. 15.º e 17.º, nº 1, a) da LCCD);

– bens selados não suscetíveis de devolução, por motivos de proteção da saúde ou de higiene quando abertos após a entrega, v.g., produtos cosméticos, escovas de dentes, etc. (art. 17.º, nº 1, d) da LCCD<sup>72</sup>;

– gravações áudio ou vídeo seladas ou de programas informáticos selados, a que o consumidor tenha retirado o selo de garantia de inviolabilidade após a entrega, v.g., CD, DVD, “software” (art. 17.º, nº 1, h) da LCCD);

– serviços de alojamento, para fins não residenciais, transporte de bens, aluguer automóvel, restauração ou serviços relacionados com atividades de lazer com data ou período de execução específicos, v.g., reservas de hotéis, de casas de férias, de ingressos em eventos culturais ou desportivos (art. 17.º, nº 1, k) da LCCD)<sup>73</sup>; ou ainda

– conteúdos digitais sempre que o empresário tenha confirmado a celebração do contrato e a execução deste se tenha iniciado com o consentimento prévio e expresso do consumidor que revele o conhecimento deste relativamente à perda do seu direito a desistir (arts. 6.º, 10.º, nº 1, c), 15.º, nº 5, b) e 17.º, nº 1, l) da LCCD).<sup>74</sup>

---

72 O Acórdão do TJUE de 27-III-2019 (*Slewo c. Sascha Ledowski*) decidiu que esta exceção deverá ser aplicada caso a caso em função da natureza dos bens, admitindo que em determinadas vendas à distância o consumidor mantenha o seu direito de desistência do contrato mesmo quando tenha removido a selagem do bem comprado, exceto quando com tal remoção o bem deixar de estar definitivamente em condições de ser comercializado por motivos de proteção da saúde ou de higiene (in: ECLI:EU:C:2018:1041 [§40]).

73 Cf. CARVALHO, J. MORAIS, *Contrato para Assistência a Espetáculo Desportivo*, in: VIII “Desporto & Direito – Revista Jurídica do Desporto” (2011), 355-387. Na jurisprudência, vejam-se os Acórdãos do TJUE de 10-III-2005 (*easyCar (UK) Ltd c. Office of Fair Trading*) – que considerou esta exceção aplicável à disponibilização de meio de transporte ao consumidor (in: ECLI:EU:C:2005:150 [§§ 26 e 31] – e de 31-III-2022 (*DM c. CTS Eventim AG & Co. KGaA*) – que considerou esta exceção também aplicável aos contratos celebrados através de intermediários (in: ECLI:EU:C:2022:238 [§ 55]).

74 Sustentando uma interpretação restritiva desta exceção, vide o Acórdão do TJUE de 8-X-2020 (*EU c. PE Digital GmbH*), in: ECLI:EU:C:2020:808 [§§ 41 a 46].

## 9. O Caso Particular dos Serviços Financeiros à Distância

### 9.1. Aspetos Gerais

I. Os *contratos à distância sobre serviços financeiros* são contratos celebrados entre um prestador de serviços financeiros e um consumidor que, tendo por objeto a prestação de um ou mais serviços financeiros (bancários, seguradores, de investimento, etc.), se integra num sistema organizado de venda ou comercialização à distância do primeiro e foi negociado e concluído exclusivamente através de um meio de comunicação à distância.<sup>75</sup>

II. Encontrámo-nos diante de uma modalidade particular dos contratos à distância, que, tendo sido excluída do âmbito de aplicação da LCCD (art. 2.º, nº 3, a)), foi objeto de uma disciplina jurídica própria através do *Decreto-Lei nº 95/2006, de 29 de maio*, o qual veio transpor este nós a Diretiva 2002/65/CE, de 23 de setembro, relativa à comercialização à distância de serviços financeiros prestados a consumidores<sup>76</sup>. As razões desta autonomização são diversas: a enorme variedade e a complexidade dos serviços e produtos financeiros, a desmaterialização progressiva da informação e comercialização destes produtos e serviços (que deixaram de ser negociados em balcão para o serem crescentemente através dos sítios “web” dos seus prestadores) e o grau de iliteracia financeira dos consumidores são alguns dos motivos mais frequentemente invocados.

### 9.2. Âmbito de Aplicação

I. O âmbito objetivo de aplicação do regime legal é muito vasto, sendo aplicável aos *serviços financeiros*, entendendo-se por tal “qualquer serviço bancário, de crédito,

---

75 Sobre a figura, BOURA, MARTA, *Serviços Financeiros à Distância*, in: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 803-830, Lisboa, 2023; CORDEIRO, A. MENEZES, *A Tutela do Consumidor de Produtos Financeiros*, in: “Liber Amicorum Mário Frota – A Causa dos Direitos dos Consumidores”, 51-60, Almedina, Coimbra, 2012; LIZ, J. PEGADO, *A Comercialização à Distância de Serviços Financeiros*, in: 25 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2001), 50-51; RODRIGUES, S. NASCIMENTO, *O Direito de Resolução do Investidor na Contratação de Serviços Financeiros à Distância*, in: AA.VV., “Direito dos Valores Mobiliários”, vol. VII, 233-273, Almedina, Coimbra, 2007. Para mais desenvolvimentos, BRAVO, FABIO, *Commercializzazione a Distanza dei Servizi Finanziari ai Consumatori*, Ipsa, Milano, 2003.

76 Merece ainda ser salientado que, como direito subsidiário, não foi prevista a aplicação da LCCD, mas sim o regime da LCE e do CVM (art. 39.º do Decreto-Lei nº 95/2006).

de seguros, de investimento ou de pagamento e os relacionados com a adesão individual a fundos de pensões abertos” (art. 1.º e 2.º, c) do Decreto-Lei nº 95/2006).

II. Estão assim aqui incluídos todos os contratos bancários – v.g., contratos de conta bancária, de crédito, de financiamento, de garantia (art. 4.º do RGIC) –<sup>77</sup>, os contratos de intermediação financeira – v.g., contratos de investimento, contratos auxiliares, contratos derivados (arts. 289.º e segs. do CVM) –<sup>78</sup>, os contratos de seguros – v.g., seguros de pessoas e danos, seguros de capitalização, instrumentos de captação de aforro estruturado, apólices “unit linked”, PRIIPs (arts. 123.º e segs., 206.º e 207.º da LCS, art. 3.º do RGAS) –<sup>79</sup>, os contratos de serviços de pagamento – v.g., gestão de contas de pagamento, depósitos e levantamentos de numerário, execução de operações de pagamento, transferências de fundos, emissão de instrumentos de pagamento (art. 11.º do RJSPME)<sup>80</sup> – e ainda os serviços de adesão individual a fundos de pensões abertos (arts. 8.º e 29.º do RJFP).

III. O âmbito subjetivo do regime legal não é menor, em consequência da amplitude do conceito de serviço financeiro acolhido. Estão aqui abrangidos os contratos à distância celebrados por qualquer “*prestador de serviços financeiros*” (art. 2.º, d) do Decreto-Lei nº 95/2006), incluindo assim as instituições de crédito e sociedades financeiras (arts. 2.º, 3.º, 5.º e 6.º do RGIC), as instituições de pagamento (art. 11.º do RJSPME), as instituições de moeda eletrónica (art. 12.º do RJSPME), os intermediários financeiros em valores mobiliários (art. 293.º do CVM, art. 1.º do REI), as empresas de seguros e resseguros (arts. 3.º, 5.º, nº 1, a) e d) do RGAS), os

---

77 Sobre os contratos bancários, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Bancários*, in: AA.VV., “Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Carlos Ferreira de Almeida”, vol. II, 71-155, Almedina, Coimbra, 2011

78 Sobre os contratos de intermediação financeira, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos de Intermediação Financeira*, in: LXXXV “Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra” (2009), 277-319; ANTUNES, J. Engrácia, *Os Instrumentos Financeiros*, esp. 187 e ss., 4ª edição, Almedina, Coimbra, 2020.

79 Sobre os contratos de seguro, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Contrato de Seguro na LCS de 2008*, in: 69 “Revista da Ordem dos Advogados” (2009), vol. III/IV, 815-858. Em particular sobre os seguros à distância, ALVES, P. RIBEIRO, *Contrato de Seguro à Distância – O Contrato Eletrónico*, Almedina, Coimbra, 2009; FROTA, MÁRIO, *Contrato à Distância: O Contrato de Seguro*, in: 35 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2003), 13-26; MARTINS, A. SOVERAL, *Contratação à Distância e Contrato de Seguro*, in: 10 “Estudos de Direito do Consumidor” (2016), 91-153; MARTINEZ, P. ROMANO, *Celebração de Contratos à Distância e o Novo Regime do Contrato de Seguro*, in: 50 “Revista de Direito e de Estudos Sociais” (2009), 85-116.

80 Sobre os contratos de serviços de pagamento, vide GUIMARÃES, M. RAQUEL, *Os Contratos-Quadro de Prestação de Serviços de Pagamento*, in: “I Congresso de Direito do Consumo”, 177-188, Almedina, Coimbra, 2016; ROCHA, F. RODRIGUES, *Do Giro Bancário: Reflexões à Luz do Novo Regime dos Serviços de Pagamento*, in: “Cadernos O Direito nº 9”, 99-177, Almedina, Coimbra, 2014.



mediadores de seguros (Lei nº 7/2019, de 16 de janeiro) e as sociedades gestoras de fundos de pensões (arts. 64.º e segs. do RJFP). Por outro lado, em linha com o conceito geral de consumidor acolhido na ordem jurídica portuguesa e também consagrado na própria LCCD, o legislador abrangeu aqui apenas o *consumidor “pessoa singular”* (art. 2.º, d) do Decreto-Lei nº 95/2006), excluindo da tutela legal as pessoas coletivas<sup>81</sup>. Em qualquer caso, importa sublinhar que os investidores não profissionais não são idênticos mas apenas equiparados aos consumidores (art. 321.º, nº 3 do CVM), havendo assim uma convergência de fins (proteção dos contraentes débeis) mas não necessariamente de conceitos (tratando-se de “facti-species” legais distintas): por conseguinte, tal equiparação legal não é automática e tem um alcance limitado à aplicação da LCCG, devendo ser devidamente cotejada caso a caso para efeitos da extensão do demais regime jusconsumerista.<sup>82</sup>

### 9.3. Regime Aplicável

I. O regime legal encontra-se praticamente centrado em torno de três aspetos nucleares desta modalidade especial dos contratos à distância.

II. Por um lado, a disciplina da *informação pré-contratual* (art. 11.º a 18.º do Decreto-Lei nº 95/2006), na qual o legislador teve por objetivo confesso conferir um elevado nível de tutela informativa ao consumidor, incluindo quanto à forma, momento e clareza da informação (arts. 11.º e 12.º) bem como às informações relativas ao prestador do serviço financeiro (art. 13.º), ao serviço financeiro propriamente dito (art. 14.º), ao contrato de prestação de serviços (art. 15.º), aos mecanismos de proteção (art. 16.º) e outra informação adicional (art. 17.º).

---

81 Sobre tal conceito de consumidor, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Conceito Jurídico de Consumidor*, in: III “Revista de Direito Civil” (2018), 771-796. Em sentido oposto, sustentando a extensão do regime aos consumidores coletivos, BOURA, MARTA, *Serviços Financeiros à Distância*, 813 e ss., in: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 803-830, Lisboa, 2023.

82 Sobre tal questão, vide ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Deveres e Responsabilidade do Intermediário Financeiro*, 51 e s., in: 56 “Cadernos do Mercado de Valores Mobiliários” (2017), 31-52; ALMEIDA, FÁBIO, *Publicidade Relativa a Instrumentos Financeiros Dirigidos a Consumidores*, 1029 e s., in: AA.VV., “Estudos de Direito do Consumo”, vol. II, 1017-1047, Almedina, Coimbra, 2023; ASCENSÃO, J. OLIVEIRA, *A Proteção do Investidor*, 38 e ss., in: AA.VV., “Direito dos Valores Mobiliários”, vol. IV, 13-40, Coimbra Editora, 2003; CÂMARA, PAULO, *Manual de Direito dos Valores Mobiliários*, 256 e ss., 4ª edição, Almedina, Coimbra, 2018; CORDEIRO, A. BARRETO, *Manual de Direito dos Valores Mobiliários*, 111 e ss., 2ª edição, Almedina, Coimbra, 2018. Noutros quadrantes, RIESENHUBER, KARL, *Anleger und Verbraucher*, in: 26 “Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft” (2014), 134-149; WAGNER, KLAUS, *Sind Kapitalanleger Verbraucher?*, in: “Zeitschrift für Bank- und Kapitalmarktrecht” (2003), 649-656.

III. Por outro lado, o legislador ocupou-se da disciplina do *direito de desistência* ou de “livre resolução” do contrato (arts. 19.º a 25.º do Decreto-Lei nº 95/2006), incluindo o prazo (art. 20.º), a forma (art. 21.º) e os efeitos do seu exercício (art. 24.º), bem assim como as suas exceções (art. 22.º), a sua caducidade (art. 23.º) e o início da execução contratual “*medio tempore*” (art. 25.º).

IV. Finalmente, foi ainda previsto um substancial e relevante regime *fiscalizador e sancionatório* (arts. 26.º a 36.º, todos do Decreto-Lei nº 95/2006).

## Abreviaturas

AA.VV.	Autores Vários
CCivil	Código Civil
CCom	Código Comercial
CPC	Código de Processo Civil
C Pub	Código da Publicidade
CVM	Código dos Valores Mobiliários
LCCD	Lei dos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial
LCCG	Lei das Cláusulas Contratuais Gerais
LCE	Lei do Comércio Eletrónico
LDE	Lei dos Documentos Eletrónicos
LcomunE	Lei das Comunicações Eletrónicas
LCS	Lei do Contrato de Seguro
LDC	Lei de Defesa do Consumidor
LPCD	Lei das Práticas Comerciais Desleais
LVBC	Lei das Vendas de Bens de Consumo
LTV	Lei da Televisão
PRIIP	Packaged Retail and Insurance-based Investment Products
REI	Regime das Empresas de Investimento
RGIC	Regime das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras
RGAS	Regime Geral da Atividade Seguradora e Resseguradora
RGPD	Regulamento Geral da Proteção de Dados
RJFP	Regime Jurídico dos Fundos de Pensões
RJSPME	Regime Jurídico dos Serviços de Pagamento e Moeda Eletrónica
STJ	Supremo Tribunal de Justiça
TJUE	Tribunal de Justiça da União Europeia

## **Bibliografia**

- ALMEIDA, FÁBIO, *Publicidade Relativa a Instrumentos Financeiros Dirigidos a Consumidores*. In: AA.VV., “Estudos de Direito do Consumo”, vol. II, 1017-1047, Almedina, Coimbra, 2023.
- ALVES, P. RIBEIRO, *Contrato de Seguro à Distância – O Contrato Eletrónico*. Almedina, Coimbra, 2009.
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Deveres e Responsabilidade do Intermediário Financeiro*. In: 56 “Cadernos do Mercado de Valores Mobiliários” (2017), 31-52.
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito do Consumo*. Almedina, Coimbra, 2019.
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*. 7ª reimpressão, Almedina, Coimbra, 2021.
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Conceito Jurídico de Consumidor*. In: III “Revista de Direito Civil” (2018), 771-796.
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Contrato de Seguro na LCS de 2008*. In: 69 “Revista da Ordem dos Advogados” (2009), vol. III/IV, 815-858.
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *O Regime Geral da Contratação de Consumo*. In: 2 “Anuário do Nova Consumer Lab – Yearbook of the Nova Consumer Lab” (2020), 123-163.
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Bancários*. In: AA.VV., “Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Carlos Ferreira de Almeida”, vol. II, 71-155, Almedina, Coimbra, 2011.
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos de Intermediação Financeira*, in: LXXXV “Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra” (2009), 277-319.
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Contratos Fora do Estabelecimento*. In: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 767-775, Lisboa, 2023.

- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Instrumentos Financeiros*. 4ª edição, Almedina, Coimbra, 2020.
- ASCENSÃO, J. OLIVEIRA, *A Proteção do Investidor*. In: AA.VV., “Direito dos Valores Mobiliários”, vol. IV, 13-40, Coimbra Editora, 2003.
- BARATA, C. LACERDA, *Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*. In: V “Estudos de Direito do Instituto do Consumo” (2017), 41-127.
- BARROS, J. LEITE, *Os Contratos de Consumo Celebrados pela Internet*. In: 3 “Revista Jurídica Luso-Brasileira” (2017), 781-843.
- BETTENCOURT, M. ORTINS, *A Proteção do Consumidor em Contratos Digitais: Análise dos Contratos Celebrados com Dados Pessoais como Contraprestação*. In: 3 “Anuário do Nova Consumer Lab” (2021), 387-476.
- BOURA, MARTA, *Serviços Financeiros à Distância*. In: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 803-830, Lisboa, 2023.
- BRAVO, FABIO, *Commercializzazione a Distanza dei Servizi Finanziari ai Consumatori*. Ipsoa, Milano, 2003.
- BRITO, I. RODRIGUES, *Dever de Informação nos Contratos à Distância e ao Domicílio*. In: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2005), 477-517
- BRUNAU, GEOFFRAY, *Le Contrat à Distance au XXI<sup>ème</sup> Siècle*. LGDJ, Paris, 2010.
- CALDEIRA, MIRELLA, *A Boa-Fé Objetiva como Princípio Norteador das Relações de Consumo*. In: 2 “Revista da Faculdade de Direito da Universidade Metodista” (2005), 193-217.
- CÂMARA, PAULO, *Manual de Direito dos Valores Mobiliários*. 4ª edição, Almedina, Coimbra, 2018.
- CARVALHO, J. MORAIS, *Compra e Venda e Fornecimento de Conteúdos e Serviços Digitais – Anotação ao Decreto-Lei nº 84/2021, de 18 de Outubro*. Almedina, Coimbra, 2022.
- CARVALHO, J. MORAIS, *Contrato para Assistência a Espetáculo Desportivo*. In: VIII “Desporto & Direito – Revista Jurídica do Desporto” (2011), 355-387.

- CARVALHO, J. MORAIS, *Manual de Direito do Consumo*. 8ª edição, Almedina, Coimbra, 2022.
- CARVALHO, J. MORAIS, *Prestação de Informações nos Contratos Celebrados à Distância*. In: AA.VV., “Direito Privado e Direito Comunitário”, 13-144, Âncora Editora, Lisboa, 2009.
- CARVALHO, J. MORAIS/ PINTO-FERREIRA, J. PEDRO/ CARVALHO, J. Campos, *Manual de Resolução Alternativa de Litígios de Consumo*, Almedina, Coimbra, 2017.
- CHEN, CHEN, *Contratos à Distância em Geral*. In: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 777-801, Lisboa, 2023.
- COEHEN-ADT, GREGOR, *Der Fernabsatzvertrag: Anwendungsvoraussetzungen und -probleme beim Versandhandel*. Logos Verlag, Berlin, 2009.
- COELHO, J. GALHARDO, *Publicidade Domiciliária – O Marketing Direto*. Almedina, Coimbra, 1999
- CORDEIRO, A. BARRETO, *Manual de Direito dos Valores Mobiliários*. 2ª edição, Almedina, Coimbra, 2018.
- CORDEIRO, A. MENEZES, *A Tutela do Consumidor de Produtos Financeiros*. In: “Liber Amicorum Mário Frota – A Causa dos Direitos dos Consumidores”, 51-60, Almedina, Coimbra, 2012.
- CORREIA, M. PUPO, *Contratos à Distância: Uma Fase na Evolução da Defesa do Consumidor na Sociedade de Informação?*. In: 4 “Estudos de Direito do Consumidor” (2002), 165-180.
- COSTA, I. SILVA, *A Proteção da Pessoa na Era dos Big Data: A Opacidade do Algoritmo e as Decisões Automatizadas*. In: 24 “Revista Electrónica de Direito” (2021), 33-82.
- DEMOULIN, MARIE, *La Notion de «Support Durable» dans les Contrats à Distance*. In: 4 “Revue Européenne de Droit de la Consommation” (2000), 361-377.
- DINIS, MARISA, *Contratos Celebrados à Distância e Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*. In: 77 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2014), 11-38.

- DODSWORTH, TIMOTHY, *Intermediaries as Sellers – A Commentary on «Wathelet»*. In: 5 “Journal of European Consumer and Market Law” (2017), 213-215.
- DUARTE, MARIANA, *O Novo Regime dos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial: Reforço da Protecção do Consumidor?*. In: 2 “Ab Instantia - Revista do Instituto do Conhecimento AB” (2014), 115-119.
- FALCÃO, DAVID, *Análise à Nova Lei das Garantias: DL 84/2021, de 18 de Outubro*. In: 81 “Revista da Ordem dos Advogados” (2021), 493-541.
- FARINHA, MARTIM, *Os Limites da Protecção dos Consumidores no Regime de Tratamento de Dados Pessoais Contraprestação na Diretiva (EU)2019//770*. In: Carvalho, J. Morais/ Crispim, Inês/ Silva, M. Oliveira/ Farinha, Martim, “Diretivas 2019/770 e 2019/771 e Decreto-Lei n.º 84/2021: Compra e Venda, Fornecimento de Conteúdos e Serviços Digitais, Conformidade, Sustentabilidade e Dados Pessoais”, 143-185, Almedina, Coimbra, 2022.
- FERNANDES, L. CARVALHO, *Teoria Geral do Direito Civil*. Volume II, 5ª edição, UC Editora, Lisboa, 2010.
- FRATERNALE, ANTONIO, *I Contratti a Distanza*. Giuffrè Editore, Milano, 2002.
- FROTA, MÁRIO, *Contrato à Distância: O Contrato de Seguro*. In: 35 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2003), 13-26.
- GUIMARÃES, M. RAQUEL, *As Plataformas “Colaborativas” enquanto Prestadoras de Serviços da Sociedade de Informação*. In: Carvalho, M./ Sousa, A. (coord.), “Economia Colaborativa”, 468-498, UMinho Editora, Braga, 2023.
- GUIMARÃES, M. RAQUEL, *Os Contratos-Quadro de Prestação de Serviços de Pagamento*. In: “I Congresso de Direito do Consumo”, 177-188, Almedina, Coimbra, 2016.
- JÚNIOR, R. ROSADO, *A Boa-Fé na Relação de Consumo*. In: 14 “Revista de Direito do Consumidor” (1995), 20-27.
- LEITÃO, L. MENEZES, *Desconformidade e Meios de Tutela do Adquirente na Venda de Bens de Consumo*. In: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (cor.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. II, 161-185, Almedina, Coimbra, 2023.

- LIZ, J. PEGADO, *A Comercialização à Distância de Serviços Financeiros*. In: 25 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (2001), 50-51.
- MAIA, PEDRO, *Contratação à Distância e Práticas Comerciais Desleais*. In: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 143-175.
- MARTINEZ, P. ROMANO, *Celebração de Contratos à Distância e o Novo Regime do Contrato de Seguro*. In: 50 “Revista de Direito e de Estudos Sociais” (2009), 85-116.
- MARTINS, A. SOVERAL, *Contratação à Distância e Contrato de Seguro*. In: 10 “Estudos de Direito do Consumidor” (2016), 91-153.
- MELO, MANUEL, *Regime Jurídico dos Centros Telefónicos de Relacionamento (“Call-Centers”)*. Dissertação, Lisboa, 2016.
- MENDES, I. PEREIRA, *Direito Real de Habitação Periódica*. Almedina, Coimbra, 1993.
- MONTEIRO, A. PINTO, *O Novo Regime da Contratação à Distância*. In: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 11-18.
- MOREIRA, TERESA, *Novos Desafios para a Contratação à Distância – A Perspetiva da Defesa do Consumidor*. In: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 19-36.
- NUNES, P. CAETANO, *Comunicação de Cláusulas Contratuais Gerais*. In: “Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor C. Ferreira de Almeida”, vol. II, 507-534, Almedina, Coimbra, 2011.
- OLIVEIRA, A. FILIPE, *Dos Contratos Negociados à Distância*. In: 7 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (1996), 52-96.
- OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*. Almedina, Coimbra, 2002.
- OLIVEIRA, M. PERESTRELO, *Definição de Perfis e Decisões Individuais Automatizadas no Regulamento Geral sobre a Protecção de Dados*. In: Cordeiro, A./ Oliveira, A./ Duarte, D. (coord.), “Fintech – Novos Estudos sobre Tecnologia Financeira”, 61-88, Almedina, Coimbra, 2019.



- PASSINHAS, SANDRA, *Jurisprudência Relevante em Matéria de Contratação à Distância*. In: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 251-277.
- PÉREZ, N. FERNÁNDEZ, *El Nuevo Régimen de Contratación a Distancia con Consumidores*. La Ley, Madrid, 2009.
- PINTO, P. MOTA, *Notas Sobre a Lei nº 6/99, de 27 de janeiro – Publicidade Domiciliária, por Telefone e por Telecópia*. In: 1 “Estudos de Direito do Consumidor” (1999), 117-176.
- PINTO, P. MOTA, *O Novo Regime Jurídico dos Contratos à Distância e dos Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial*. In: 9 “Estudos de Direito do Consumidor” (2015), 51-91.
- PINTO, P. MOTA, *Princípios Relativos aos Deveres de Informação no Comércio à Distância*. In: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2003), 183-206.
- PINTO-FERREIRA, J. PEDRO/ CARVALHO, J. MORAIS, *Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial*, Almedina, Coimbra, 2014.
- REBELO, F. NEVES, *O Direito à Informação do Consumidor nos Contratos à Distância*. In: “Liber Amicorum Mário Frota”, 103-153, Almedina, Coimbra, 2012.
- RIESENHUBER, KARL, *Anleger und Verbraucher*. In: 26 “Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft” (2014), 134-149.
- ROCHA, F. RODRIGUES, *Do Giro Bancário: Reflexões à Luz do Novo Regime dos Serviços de Pagamento*. In: “Cadernos O Direito nº 9”, 99-177, Almedina, Coimbra, 2014.
- ROCHA, F. RODRIGUES/ FIDALGO, V. PALMELA/ RODRIGUES, A. BARROSO, *Comunicações Eletrónicas*. In: Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. II, 67-139, Almedina, Coimbra, 2023.
- RODRIGUES, S. NASCIMENTO, *O Direito de Resolução do Investidor na Contratação de Serviços Financeiros à Distância*. In: AA.VV., “Direito dos Valores Mobiliários”, vol. VII, 233-273, Almedina, Coimbra, 2007.
- SANTO, L. ESPÍRITO, *O Contrato de Viagem Organizada*. Almedina, Coimbra, 2016.

- SCHAFFER, FERNANDA, *Procedimentos Médicos – Realizados à Distância e o Código de Defesa do Consumidor*. Juruá Editora, Curitiba, 2006.
- SILVA, D. SOUSA, *Contratos à Distância – O Ciberconsumidor*. In: 5 “Estudos de Direito do Consumidor” (2003), 423-456.
- SILVA, F. SANTOS, *Dos Contratos Negociados à Distância*. In: 5 “Revista Portuguesa de Direito do Consumo” (1996), 45-58.
- SIMÃO, J. CARITA/ SOARES, S. ASSUNÇÃO, *Práticas Comerciais Desleais em Geral e em Linha: A Diretiva (EU) 2019/2161, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 7 de novembro, a sua Transposição Parcial para o Decreto-Lei n.º 109-G/2021, de 10 de dezembro, e o Reforço da Proteção dos Direitos dos Consumidores*. In: Ataíde, R./ Rocha, F/ Fidalgo, V. (coord.), “Estudos de Direito do Consumo”, vol. I, 649-681, Almedina, Coimbra, 2023.
- SOUSA, A. TEIXEIRA, *O Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento: Algumas Notas*. In: “Estudos de Direitos do Consumo: Homenagem a M. Ataíde Ferreira, 18-41, Almedina/ Deco, Lisboa, 2016.
- WAGNER, KLAUS, *Sind Kapitalanleger Verbraucher?*. In: “Zeitschrift für Bank- und Kapitalmarktrecht” (2003), 649-656.