



**ABEL CARLOS BUZI NDULI**

**A PROTECÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR EM  
ANGOLA**

**CONTRATOS RELATIVOS A COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS**

**Dissertação de Mestrado em Ciências Jurídicas Empresariais**

**Elaborada sob orientação do Professor Doutor Jorge Morais Carvalho**

**LISBOA/2014**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus pelo dom gratuito (a vida) e pelas inúmeras bênçãos que me tem concedido.

Aos meus deuses terrenos (pais), Vicente Nduli e Rosalina Buzi, por tudo o que têm feito, fazem e fariam por mim, por me transformarem na pessoa que hoje sou. Aos meus irmãos, pelo amor incondicional e apoio que me têm dado, e à minha família em geral, pelo colo, carinho, atenção e conselhos.

À Nadine, pela luta titânica que fazia para ver-me sair da cama, para juntos estudarmos, pelo apoio, carinho, atenção e muito mais.

Ao meu orientador, Professor Doutor Jorge Morais Carvalho, pela atenção, disponibilidade e celeridade com que tem tido ao responder os meus e-mails, quando solicitei qualquer esclarecimento, e, acima de tudo, por aceitar ser o orientador deste trabalho.

E a todos os que, directa ou indirectamente, prestaram o seu contributo para a realização desta dissertação, especialmente aos meus amigos, o meu muito obrigado.

## **DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO ANTI-PLÁGIO**

Declaro por minha honra que, de acordo com o artigo 20.º-A do Regulamento do Segundo Ciclo de Estudos, o trabalho que apresento é original e que todas as fontes utilizadas na sua elaboração estão devidamente identificadas. Tenho consciência de que a utilização dos elementos alheios não identificados constitui uma grave falta ética e disciplinar. Mais declaro que, em cumprimento do disposto no artigo 31.º do mesmo regulamento, o presente texto consta de 189.157 caracteres, incluindo espaços e notas.

Lisboa, 15 de Fevereiro de 2014

Abel Carlos Buzi Nduli

## RESUMO

O presente trabalho tem como objectivo a realização de um estudo teórico sobre a protecção jurídica do consumidor em Angola, especificamente nos contratos relativos a comunicações electrónicas, com vista a contribuir para a divulgação dos direitos do consumidor e para a sua defesa, face à posição relativamente vantajosa em que os profissionais se encontram nas relações de consumo.

Neste âmbito, fazemos uma exposição sobre o panorama do Direito do Consumo em Angola, com base na Constituição da República de Angola, enquanto diploma fundamental que consagra os direitos e garantias fundamentais dos cidadãos, e na Lei de Defesa do Consumidor que, enquanto legislação básica sobre o direito do consumidor, serviu de pilar à presente dissertação. A partir desta última, debruçamo-nos sobre os diversos aspectos das relações de consumo, partindo da noção e dos direitos do consumidor até aos mecanismos legais e contratuais de defesa dos mesmos. Fazemos também uma análise da Lei Geral da Publicidade, onde procuramos estudar a situação dos direitos do consumidor, face às acções publicitárias levadas a cabo pelos profissionais do comércio, no âmbito da divulgação e promoção dos seus bens e serviços, à luz dos deveres e princípios legais que, na prática destes actos, devem ser observados com vista à salvaguarda dos direitos e interesses do consumidor. Do ponto de vista penal, fazemos uma breve abordagem sobre as situações que se consubstanciam em crimes contra o consumidor, previstos no Código Penal e na Lei das Infracções Contra a Economia. Na segunda parte da presente dissertação, fazemos uma breve referência às instituições vocacionadas para a defesa dos direitos e interesses do consumidor, designadamente o Ministério Público, o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor e as Associações de Consumidores.

A terceira e última parte do presente trabalho tem como objecto os contratos relativos a comunicações electrónicas, cujo estudo, devido a inexistência de legislação específica sobre a matéria, teve como base o Código Civil, concretamente na parte relativa à formação dos contratos em geral, na Lei das Cláusulas Gerais dos Contratos e na Lei de Defesa do Consumidor. Nesta parte, debruçamo-nos sobre a formação dos contratos, sobre o cumprimento e sobre os direitos do consumidor, derivados do incumprimento do contrato, concluindo-se com um apelo ao legislador angolano no sentido de disciplinar certas áreas das relações de consumo, mormente aquelas em que são gritantes violações aos direitos do consumidor, facilitadas, entre outros factores, pela inexistência de uma lei que as discipline.

## **ABSTRACT**

The scope of the present work is to study the legal protection conferred upon the consumer in Angola, especially as regards electronic communication agreements. Its purpose is to promote consumers' rights and contribute to its defence given the relatively privileged position of professionals in their relationship with consumers.

With this in mind, we have made a description of the Consumer Law in Angola based on the Angolan Constitution (as the law that establishes the fundamental rights and guarantees of citizens) and on the Consumer's Defence Law, which, as the basic law regarding consumers' rights, provides the framework for this dissertation. We have analysed several aspects relating to consumer relationships, starting from its concept and rights of consumers and covering the legal and contractual mechanisms put in place for their protection. We have also analysed the Advertising Law with a view to better understand consumer's rights before advertising campaigns carried out by professionals whilst promoting their goods and services and, additionally, to understand the duties and principles that shall be complied with in such campaigns with the purpose to protect the rights and interests of consumers. From a criminal point of view, we have briefly covered the crimes against consumers provided for in the Penal Code and the Law of Infractions against the Economy. In the second part of this work, we have summarised the institutions that protect the rights and interests of consumers, which include the Public Prosecutor Office, the National Institute for the Defence of the Consumers and the Consumers' Associations.

The third and last part of this work covers electronic communications agreements. Given the fact that there is no specific legislation in this matter, our analysis was based on the Civil Code – specifically the part relating to contracts – the Law on General Contractual Terms and Conditions and the Consumer's Defence Law. We have analysed the formation of contracts, compliance and consumers' rights resulting from contract breach. We further have appealed to the Angolan legislator to legislate certain aspects of consumer relationships, especially those where breach of consumers' rights are blatant and facilitated by the lack of specific laws addressing such cases.

## INDICAÇÃO DO MODO DE CITAR

As referências bibliográficas foram feitas, ao longo do texto, com base no sistema de citação-nota.

A primeira citação de cada autor é completa, tal como aparece na lista de bibliografia final, sendo as restantes abreviadas ao longo do texto.

Os autores são citados primeiramente pelo sobrenome, seguindo-se os restantes nomes e dados relativos à obra pesquisada.

Na citação de várias obras do mesmo autor, ao longo do texto, a primeira citação de cada obra é completa. Nas citações seguintes, indica-se apenas o sobrenome e nome, seguido de «ob. cit.», e o número da página em que se encontra a referência utilizada.

A citação de obras em formato electrónico, a que se teve acesso com recurso à internet, inclui a indicação, ao longo do texto, da hora e data precisas em que se acedeu às mesmas.

Na lista bibliográfica final, os autores são citados pela ordem alfabética dos respectivos sobrenomes, seguindo-se os restantes dados.

Os autores citados por mais de uma obra aparecem na bibliografia final citados pelo respectivo nome, apenas na indicação da obra mais recente, sendo o nome substituído por travessão na indicação das demais obras.

As obras em formato electrónico aparecem na lista de bibliografia final apenas com a indicação do sítio, sem hora e data.

## ABREVIATURAS

AADIC - Associação Angolana dos Direitos do Consumidor

Al. - Alínea

Art. - Artigo

Art.s - Artigos

CC - Código Civil

Cfr. - Conferir

Cit. - Citado

CP - Código Penal

CRA - Constituição da República de Angola

CRP - Constituição da República Portuguesa

Ed. - Edição

Et al. - e outros

DL - Decreto-Lei

Ibidem - Mesmo lugar, mesmo autor

Idem - Mesmo autor, mesma obra

INADEC - Instituto Nacional de Defesa do Consumidor

LCGC - Lei das Cláusulas Gerais dos Contratos

LCCG - Lei das Cláusulas Contratuais Gerais

LDC - Lei de Defesa do Consumidor

LGP – Lei Geral da Publicidade

MP - Ministério Público

N.º - Número

N.ºs - Números

Ob. cit. - Obra citada

P. - Página

PP. - Páginas

S./d. - Sem data de publicação

S.l. - Sem local de publicação

S.n. - Sem local de edição

Ss. - Seguintes

Vol. - Volume



## ÍNDICE

Agradecimentos.....	2
Declaração de Compromisso Anti-Plágio .....	3
Resumo .....	4
Abstract .....	5
Indicação do Modo de Citar.....	6
Abreviaturas .....	7
INTRODUÇÃO.....	11
I. DIREITO DO CONSUMO EM ANGOLA.....	13
1. Legislação.....	13
1.1. Constituição da República de Angola.....	13
1.2. Lei de Defesa do Consumidor.....	15
1.2.1. Noção de consumidor.....	16
1.2.2. O Estado e a defesa do consumidor.....	17
1.2.3. O direito do consumidor como direito fundamental .....	21
1.2.3.1. Direito à qualidade dos produtos e serviços .....	22
1.2.3.2. Direito à protecção da saúde e à segurança física.....	26
1.2.3.3. Direito à informação.....	28
1.2.3.4. Direito à protecção dos interesses económicos.....	30
1.2.3.5. Direito à prevenção e à reparação dos danos.....	32
1.2.4. A Protecção Contratual do Consumidor.....	35
1.2.4.1. Contratos de adesão e a protecção do consumidor .....	36
1.2.4.2. Inclusão no contrato de adesão de cláusulas abusivas: Consequências .....	37
1.2.4.3. O equilíbrio interno nos contratos de consumo.....	41
1.2.4.4. O princípio da boa fé objectiva.....	42
1.3. Lei Geral da Publicidade.....	43
1.3.1. A publicidade.....	43
1.3.2. O dever de informar e a publicidade .....	44
1.3.3. A publicidade enganosa e abusiva .....	46
1.4. Código Penal e Lei das Infracções Contra a Economia .....	50

1.4.1. Código Penal Angolano .....	51
1.4.1.1. Venda ou exposição de substâncias venenosas ou abortivas.....	51
1.4.1.2. Substituição ou alteração do receituário.....	51
1.4.1.3. Alteração de géneros destinados ao consumo público .....	52
1.4.2. Lei das Infracções Contra a Economia .....	53
1.4.2.1. Publicidade desleal .....	53
1.4.2.2. Especulação.....	53
1.4.2.3. Abate Clandestino .....	54
II. ENTIDADES LEGITIMADAS PARA A DEFESA DO CONSUMIDOR.....	55
1. Ministério Público .....	55
2. Instituto Nacional de Defesa do Consumidor .....	56
3. Associações de Consumidores.....	57
III. CONTRATOS RELATIVOS A COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS.....	59
1. Formação e Forma do Contrato .....	59
2. Conteúdo do Contrato.....	62
2.1. Qualidade da prestação de serviços .....	62
2.2. Conformidade com a declaração do prestador de serviços.....	63
2.3. Cláusula de fidelização .....	65
3. Cumprimento e Incumprimento do contrato .....	66
3.1. Cumprimento .....	66
3.2. Incumprimento - Direitos do consumidor .....	68
CONCLUSÃO.....	72
BIBLIOGRAFIA.....	74
Legislação Angolana .....	80
Legislação Portuguesa .....	80
Sítios na Internet .....	81
ANEXO LEI N.º 15/03 de 22 de Julho.....	82

## INTRODUÇÃO

Actualmente, vivemos numa sociedade de consumo onde a crescente oferta de bens e serviços com que o consumidor é frequentemente confrontado tem trazido consigo, além de benefícios, inúmeros problemas, que se prendem fundamentalmente com a garantia dos direitos e interesses do consumidor.

Com a presente dissertação, pretendemos fazer uma abordagem teórica sobre a protecção jurídica do consumidor em Angola, de uma forma geral e, especificamente, nos contratos relativos a comunicações electrónicas, com vista a contribuir para a divulgação dos direitos do consumidor nas diversas relações jurídicas de consumo e para a promoção da defesa dos mesmos, nas situações em que são postos em causa.

Para melhor acompanhamento e compreensão do presente trabalho, o mesmo encontra-se estruturado em três partes.

Na primeira parte, faremos uma exposição sobre o panorama do Direito do Consumo em Angola, com base na Constituição da República de Angola, enquanto diploma fundamental que consagra os direitos e garantias fundamentais dos cidadãos nas diversas relações jurídicas, inclusive nas relações de consumo, na Lei de Defesa do Consumidor que, enquanto legislação básica sobre o direito do consumidor, servirá de pilar para a presente dissertação. A partir dela, debruçar-nos-emos sobre os diversos aspectos das relações de consumo, partindo da noção e dos direitos do consumidor até aos mecanismos legais e contratuais de defesa dos mesmos, quando confrontados com situações abusivas ou contratualmente desequilibradas e na Lei Geral da Publicidade, procuraremos analisar a situação dos direitos do consumidor face às acções publicitárias levadas a cabo pelos profissionais do comércio, no âmbito da divulgação e promoção dos seus bens e serviços, à luz dos deveres e princípios legais que, na prática destes actos, devem ser observados pelos profissionais, com vista à salvaguarda dos direitos e interesses do consumidor.

Do ponto de vista penal, faremos uma breve abordagem sobre as situações que se consubstanciam em crimes contra o consumidor, previstos no Código Penal e na Lei das Infracções Contra a Economia.

Na segunda parte, falaremos sobre as instituições vocacionadas para a defesa dos direitos e interesses do consumidor, designadamente o Ministério Público, o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor e as Associações de Consumidores.

A terceira e última parte do presente trabalho tem como objecto de estudo os contratos relativos a comunicações electrónicas. Por falta de legislação específica sobre estes contratos, o nosso estudo será feito como base no Código Civil, concretamente na matéria relativa à formação dos contratos em geral, na Lei das Cláusulas Gerais dos Contratos e na Lei de Defesa do Consumidor, enquanto legislação básica sobre o consumidor, debruçando-nos sobre os direitos do consumidor nos contratos de prestação

de serviços de comunicação electrónica, sobre a formação dos contratos, sobre o cumprimento e direitos do consumidor derivados do incumprimento do contrato.

# I. DIREITO DO CONSUMO EM ANGOLA

## 1. Legislação

### 1.1. Constituição da República de Angola

A Constituição da República de Angola estabelece como garantia geral do Estado o reconhecimento dos direitos e liberdades fundamentais consagrados na Constituição como sendo invioláveis e cria as condições políticas, económicas, sociais, culturais, de paz e estabilidade que garantam a sua efectivação e protecção, nos termos da Constituição e da lei (art. 56.º), consagrando expressamente no capítulo III, referente aos Direitos e Deveres Económicos, Sociais e Culturais, os direitos do Consumidor<sup>1</sup>, concretamente no art. 78.º, nos termos do qual:

1. «O consumidor tem direito à qualidade dos bens e serviços, à informação e esclarecimento, à garantia dos seus produtos e à protecção na relação de consumo;
2. O consumidor tem direito a ser protegido no fabrico e fornecimento de bens e serviços à saúde e à vida, devendo ser ressarcido pelos danos que lhe sejam causados;
3. A Publicidade de bens e serviços de consumo é disciplinada por lei, sendo proibidas todas as formas de publicidade oculta, indirecta ou enganosa;
4. A lei protege o consumidor e garante a defesa dos seus interesses».

Indo mais além, a CRA estabelece também que a organização e a regulação das actividades económicas assentam na garantia geral dos direitos e liberdades económicas em geral, na valorização do trabalho, na dignidade e na justiça social, em conformidade com vários princípios fundamentais, enunciados no art.º 89.º, com realce para a alínea h), «sobre a defesa do consumidor».

Entretanto, levanta-se a questão de saber se o art. 78.º da CRA se aplica directamente nas relações jurídico-privadas<sup>2</sup> de consumo.

A CRA trata da questão da força jurídica<sup>3</sup> dos direitos fundamentais no art. 28.º, n.º 1, que estabelece que «os preceitos constitucionais respeitantes aos direitos, liberdades e

---

<sup>1</sup> Refere CANOTILHO, José Joaquim Gomes. MOREIRA, Vital, *Constituição da República Portuguesa Anotada*, Vol. I, 4.ª Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2007, p. 780, o reconhecimento de dignidade constitucional aos direitos do consumidor, «não é, de resto, senão um reflexo do crescimento da importância dos consumidores, no contexto dos direitos da terceira geração [...], bem como do desenvolvimento e codificação do direito do consumo».

<sup>2</sup> Neste sentido, refere BARBIEIRI, Diovana, «A Vinculação dos Particulares aos Direitos Fundamentais dos Consumidores na Ordem Jurídica Portuguesa: Pode-se/Deve-se Pensar em Eficácia Horizontal, Directa?»: in *Estudos de Direito do Consumo*, Centro de Direito do Consumo, n.º 8, Coimbra, 2006/2007, p. 294, em Portugal, «a matéria referente a vinculação dos particulares é ponto assente na doutrina, que reconhece que o comportamento das entidades privadas deve estar sob a égide dos preceitos constitucionais, além de virem regulamentados pelo Direito Privado».

<sup>3</sup> Este art. corresponde ao art. 18.º, n.º 1 da CRP.

garantias fundamentais são directamente aplicáveis e vinculam todas as entidades públicas e privadas».

A CRA, ao afirmar no art. 28.º, n.º 1, que os preceitos constitucionais vinculam e se aplicam directamente a todas as entidades públicas e privadas, não se está a referir a todos os preceitos constitucionais constantes da Constituição, mas apenas aos preceitos respeitantes aos Direitos, Liberdades e Garantias<sup>4</sup>. Isto significa que, para se pensar na aplicação da força jurídica derivada do art. 28.º, n.º 1 da CRA, ao art.º 78.º, relativo aos direitos dos consumidores, deverá enquadrar-se no Capítulo II «Direitos, Liberdades e Garantias Fundamentais» do citado diploma<sup>5</sup>.

Para se ultrapassar esta dificuldade, a única maneira é apoiar-se na própria Constituição que, no seu art. 27.º<sup>6</sup>, estende o âmbito de aplicação do regime dos Direitos, Liberdades e Garantias a todos os direitos fundamentais de natureza análoga. Estabelece o preceito mencionado que «o regime jurídico dos direitos, liberdades e garantias, enunciados neste capítulo [II], é aplicável aos direitos, liberdades e garantias e aos direitos fundamentais de natureza análoga, estabelecidos na Constituição, consagrados por lei ou por convenção internacional»<sup>7</sup>.

A doutrina<sup>8</sup> não é unânime quanto à aplicação directa ou imediata do art. 78.º da CRA (60.º da CRP) às relações de consumo. Todavia, há autores que entendem que os direitos do consumidor são considerados análogos aos direitos, liberdades e garantias porque «por um lado, a participação do Estado na sua realização prescinde das ditas prestações sociais (direitos que precisam da intervenção estatal para a sua concretização, como é o caso do direito ao trabalho, ao ensino, etc.) típicas e, por outro, porque têm o seu conteúdo definido independentemente de uma norma infra constitucional»<sup>9</sup>. Ou seja, não são todos os direitos dos consumidores considerados análogos aos direitos, liberdades e garantias, e, por isso, mercedores de aplicação directa e imediata desta norma, nas relações privadas de consumo. É o caso do direito à protecção dos interesses económicos e do

---

<sup>4</sup> Cfr. BARBIEIRI, Diovana, ob. cit., p. 297.

<sup>5</sup> Cfr. *Ibidem*, no mesmo sentido, cfr., NOVAIS, Jorge Reis, *Direitos Sociais, Teoria Jurídica dos Direitos Sociais enquanto Direitos Fundamentais*, Coimbra Editora, Coimbra, 2010, pp. 39-40.

<sup>6</sup> Este art. corresponde ao art. 17.º da CRP. Todavia, a CRA acrescenta que, para além do regime jurídico dos direitos, liberdades e garantias ser aplicado aos direitos fundamentais de natureza análoga, estabelecidos na Constituição, também se aplica aos estabelecidos na lei e convenção internacional.

<sup>7</sup> Segundo CANOTILHO, José Joaquim Gomes. MOREIRA, Vital, *Constituição da República Portuguesa Anotada*, 3.ª Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 1993, p. 140, «este artigo dá expressão a uma norma-chave para a compreensão do regime constitucional dos direitos fundamentais. Ele pressupõe a distinção entre duas categorias de direitos fundamentais com regime próprio, nomeadamente os direitos, liberdades e garantias e os direitos económicos, sociais e culturais», constantes do Título II e III da CRP; cfr., neste sentido, BARBIEIRI, Diovana, ob. cit., p. 298; ANDRADE, José Carlos Vieira, *Os Direitos Fundamentais na Constituição Portuguesa de 1976*, 4.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2009, p. 73 e ss.

<sup>8</sup> Veja, MAC CROIRIE, Benedita Ferreira da Silva, *A Vinculação dos Particulares aos Direitos Fundamentais*, Almedina, Coimbra, 2005, p. 61 e ss.

<sup>9</sup> Cit. BARBIEIRI, Diovana, ob. cit., pp. 307-310; neste sentido, entende CANOTILHO, Joaquim José Gomes. MOREIRA, Vital, *Constituição da República Anotada*, 3.ª Ed., p. 143, «havendo direitos fundamentais fora da Constituição, nada impede que aqueles que detenham natureza análoga aos direitos, liberdades e garantias constitucionais possam beneficiar do respectivo regime»; no mesmo sentido, ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2005, p. 58.

direito das associações a terem apoio e a serem ouvidas pelo Estado, uma vez que, por assumirem natureza social, a sua materialização carece da intervenção do Estado.

Sendo o direito à qualidade dos bens e serviços, o direito à protecção da saúde e à segurança física, o direito à informação e à reparação dos danos, considerados análogos aos direitos, liberdades e garantias fundamentais, pode haver aplicação directa<sup>10</sup> daquela norma constitucional, com base na ideia de que as normas fundamentais são aplicáveis de forma obrigatória e directamente no comércio jurídico entre entidades privadas, individuais ou colectivas, sem necessidade de mediação pelo poder legislativo ou de utilização de cláusulas abertas do direito privado<sup>11</sup>.

Parece-nos que, por força do art. 27.º da CRA, o art.78.º do mesmo diploma se aplica directamente<sup>12</sup> às relações de consumo, podendo o consumidor invocar este preceito directamente contra o Estado (Administração Pública) e as entidades privadas (art. 78.º), sempre que os seus direitos sejam violados<sup>13</sup>, por serem considerados análogos aos direitos, liberdades e garantias fundamentais. No entanto, não há ainda em Angola um relato de um caso concreto em que se tivesse aplicado directamente o art. 78.º da CRA.

## 1.2. Lei de Defesa do Consumidor

A LDC é uma lei infraconstitucional que, face aos desequilíbrios nas relações de consumo e aos seus efeitos de natureza económica e social, foi criada com vista a garantir a efectivação e protecção dos direitos do consumidor<sup>14</sup>.

Nesta senda, com vista a acautelarem-se os desequilíbrios existentes nas relações de consumo, foi aprovada a Lei n.º 15/03, de 22 de Julho (Lei de Defesa do Consumidor), poderoso instrumento de protecção do consumidor<sup>15</sup>, que estabelece um sistema de

---

<sup>10</sup> Cfr. BARBIEIRI, Diovana, ob. cit., p. 310.

<sup>11</sup> Cfr. BARBIEIRI, Diovana, *Direitos Fundamentais dos Consumidores, A sua Aplicabilidade Directa nas Relações Jurídico-Privadas, À luz dos Ordenamentos Jurídicos da Espanha, Portugal e Brasil*, Editorial Juruá, Lisboa, 2012, p. 23.

<sup>12</sup> Refere MIRANDA, Jorge, *Manual de Direito Constitucional*, Tomo IV, 5.ª Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2012, p. 320, «hoje as normas constitucionais adstringem os comportamentos de todos os órgãos e agentes do poder e conformam as suas relações com os cidadãos sem necessidade de mediatização legislativa»; no mesmo sentido, ALEXANDRINO, José de Melo, «O Papel dos Tribunais na Protecção dos Direitos Fundamentais»: in *O Direito*, Ano 142.º, V, Almedina, Coimbra, 2010, p. 870; ANDRADE, José Carlos Vieira, «Os Direitos Fundamentais dos Consumidores na Constituição Portuguesa de 1976»: in *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 5, Centro de Direito do Consumo, Coimbra, 2003, p. 146.

<sup>13</sup> Cfr. CANOTILHO, José Joaquim Gomes. MOREIRA, Vital, *Constituição da República Portuguesa*, 3.ª Ed., p. 147 e ss; BARRA, Tiago Viana, «A Responsabilidade dos Poderes Públicos Pela Violação de Direitos Fundamentais»: in *Revista da Ordem dos Advogados*, Ano 71, Lisboa, Outubro/Dezembro, 2011, pp. 1183-1185.

<sup>14</sup> Como refere MONTEIRO, António Pinto, «Breve Nótula sobre a Protecção do Consumidor na Jurisprudência Constitucional», in *Direitos Fundamentais e Direito Privado, Uma Perspectiva de Direito Comparado*, Almedina, Coimbra, 2007, p. 297, a LDC, «...é hoje a trave-mestra da política de consumo e o quadro normativo de referência no tocante aos direitos do consumidor e das instituições destinadas a promover e a tutelar os seus interesses».

<sup>15</sup> Lê-se no preâmbulo da LDC: «o actual quadro económico do País, com a já implementada economia de mercado e a previsível circulação de mercadorias, bens, serviços, pessoas e capitais, provoca alterações profundas na economia e sociedade angolana, com reflexos óbvios na situação dos consumidores. O

protecção do consumidor, composto de várias normas especiais, definidoras de um regime próprio. Nela encontramos fixados os deveres de protecção que incumbem ao Estado, os princípios básicos, os bens jurídicos a proteger, os direitos do consumidor e as entidades responsáveis pela protecção dos interesses do consumidor, bem como a proibição de condutas e disposições contratuais consideradas abusivas, além da repreensão de todas as práticas comerciais consideradas desleais, por colidirem com os interesses do consumidor e de mecanismos individuais e colectivos para a defesa dos interesses e direitos dos consumidores em juízo.

Por outro lado, na LDC são também enunciadas e ordenadas medidas sancionatórias contra os possíveis abusos e lesões aos direitos nela previstos<sup>16</sup>.

### 1.2.1. Noção de consumidor

Para que se dê a protecção da LDC, não basta simplesmente adquirir bens ou serviços no mercado<sup>17</sup>. Esta protecção só vai ser accionada caso ocorra a chamada relação de consumo<sup>18</sup>, relação esta onde deve estar presente um consumidor, como destinatário final<sup>19</sup> de bens e serviços, e um fornecedor que, com habitualidade e profissionalismo, fornece bens e serviços ao mercado, tendo como fim último a obtenção de lucro.

O que pretendemos com o conceito de consumidor não é um estudo exaustivo sobre o mesmo, mas a apresentação da definição legal de consumidor, constante da LDC como elemento delimitador da aplicação do seu regime jurídico<sup>20</sup>, sendo este o diploma base para o estudo de quase todos, se não mesmo de todos os pontos da presente dissertação, que nos dá a definição de consumidor e trata especificamente de quase todas, se não mesmo de todas as relações jurídicas de consumo, em Angola.

---

estabelecimento de uma política dinâmica que promova os interesses dos consumidores no mercado visa, sobretudo, fomentar uma política de reacção que busca proteger os interesses dos consumidores e oferecer vias de recurso para reparar os abusos e práticas prejudiciais, garantindo que os produtores, os distribuidores e todos quantos participem no processo e distribuição de bens e serviços cumpram as leis e as normas obrigatórias vigentes».

<sup>16</sup> Cfr. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, *O Consumidor no Direito Angolano*, Almedina, Coimbra, 2009, p. 43.

<sup>17</sup> Neste sentido, refere RIBEIRO, Gustavo Pereira Leite, *Arbitragem nas Relações de Consumo*, Juará Editora, Curitiba, 2006, p. 90. «o fenómeno do consumo é essencialmente relacional, isto é, depende da interacção constante entre o consumidor e o fornecedor de produtos e serviços. Desta forma, identificar a relação de consumo é imprescindível para delimitação do campo de incidência das normas contidas no Código de Defesa do Consumidor...».

<sup>18</sup> Refere CARDOSO, Elionora, *Os Serviços Públicos Essenciais: A sua Problemática no Ordenamento Jurídico Português*, Coimbra Editora, Coimbra, 2010, p. 32, a noção de consumidor «vem também interferir com a determinação da natureza funcional da parte que está a fornecer bens, prestar os serviços [...], sendo que é fundamental determinar perante que tipo de relacionamento estamos, pois, em última instância, esta será a forma de se apurar se se está, ou não, perante uma relação de consumo».

<sup>19</sup> Para melhor aprofundamento da questão, cfr., RIBEIRO, Gustavo Pereira Leite, ob. cit., pp. 92-93.

<sup>20</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2012, p. 23; ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2005, p. 25.



Nos termos do art. 3.º, n.º 1 da LDC, considera-se consumidor «toda a pessoa física ou jurídica a quem sejam fornecidos bens e serviços ou transmitidos quaisquer direitos e que os utilize como destinatário final<sup>21</sup>, por quem exerce uma actividade económica que vise a obtenção de lucros». Pela leitura do artigo, depreende-se que não basta que o cidadão adquira bens ou serviços no mercado, importa que ele os utilize como destinatário final. Devem estes bens ou serviços ser fornecidos por um comerciante que exerça uma actividade económica com fim lucrativo.

Incluem-se na presente definição todos os bens e serviços que são fornecidos e prestados por organismos da administração pública, pessoas colectivas públicas, empresas de capitais ou detidos maioritariamente pelo Estado e por empresas concessionárias de serviços públicos (art. 3.º, n.º 6).

Nestes termos, as pessoas jurídicas de Direito Público podem figurar no lado activo da relação de consumo como fornecedores de bens e serviços.

### **1.2.2. O Estado e a defesa do consumidor**

A primeira preocupação do legislador aquando da criação das normas que protegem o consumidor foi a de estabelecer um dever geral de protecção. A Lei Constitucional<sup>22</sup>, apesar de propiciar a todos os cidadãos existência digna, ao proteger o bem-estar e a sua qualidade de vida (art. 9.º), os interesses económicos (art. 10.º), a vida privada (art. 20.º), a integridade física (art. 22.º, n.º 1), o direito a um ambiente saudável (art. 24.º, n.º 1), a participação em associações (art. 32.º, n.º 1), a possibilidade de instar as autoridades judiciais por lesão dos seus direitos (art. 43.º), a protecção à saúde e segurança física (art. 47.º, n.ºs 1 e 2), bem como o direito a instrução (art. 49.º, n.º 1)<sup>23</sup>, não positivou directamente normas sobre relações de consumo.

No entanto, com a criação da Constituição de 5 de Fevereiro de 2010, os direitos do consumidor assumiram a plena dignidade de direitos fundamentais, com a sua integração no Capítulo III, referente aos Direitos, Deveres Económicos, Sociais e Culturais, através do art. 78.º, dando-se assim a positivação directa das normas sobre as relações de consumo.

A LDC determina que é da responsabilidade do Estado proteger o consumidor, bem como apoiar a Constituição e o fomento das associações de consumidores e velar pela execução do disposto na presente lei, pressupondo este dever de protecção por parte do

---

<sup>21</sup> Segundo CORDEIRO, António Menezes, «Da Natureza Civil do Direito do Consumo»: in *O Direito*, Ano 136.º, IV, Almedina, Coimbra, 2004, p. 606, é considerado consumidor, «por consumir o circuito económico, adquirindo o bem final e não por consumir o bem adquirido».

<sup>22</sup> Lei Constitucional n.º 23/92, de 16 de Setembro; para mais detalhes veja, MIRANDA, Jorge, «A Constituição de Angola de 2010»: in *O Direito*, Ano 142.º, I, Almedina, Coimbra, 2010, pp. 13-14.

<sup>23</sup> RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 42.

Estado a intervenção legislativa e regulamentar adequada, em todos os domínios envolvidos (art. 2.º, n.ºs 1 e 2).

«A incumbência do Estado repercute-se assim nas mais diversas áreas do direito do consumo. Desde o apoio económico como institucional das associações e cooperativas de consumo, mais ainda no dever de zelar pelo cumprimento da presente Lei de defesa do Consumidor, nomeadamente com outras medidas legislativas que promovam o efectivo cumprimento desses direitos. Neste sentido, coloca-se a necessidade de judicialmente existirem processos especiais para a defesa destes direitos, a manutenção de benefícios no recurso à via judicial, nomeadamente quanto as custas judiciais»<sup>24</sup>.

O direito à formação e à educação e a informação em geral (art.s 7.º e 8.º da LDC) são outras das incumbências prioritárias do Estado, no que se refere à protecção do consumidor.

O direito à formação e à educação<sup>25</sup> é, sem sombras de dúvida, um dos deveres com maior relevância que recai sobre o Estado. A devida formação e a educação dos consumidores trarão consigo um maior impacto no evoluir das políticas de defesa dos mesmos, uma vez que um melhor futuro para estes temas passa pela formação e educação dos consumidores, criando, deste modo, um equilíbrio nas relações de consumo.

A educação e a formação do consumidor revelam-se como meios idóneos e imprescindíveis para a sua inserção na sociedade, com vista ao exercício esclarecido<sup>26</sup> do seu direito nas diversas relações de consumo<sup>27</sup>.

Ao educar e formar o consumidor, o Estado não faz mais do que concretizar uma das tarefas fundamentais estabelecidas na Constituição, ou seja, a promoção de condições necessárias para tornar efectivos os direitos económicos, sociais e culturais dos cidadãos<sup>28</sup>.

Entendemos que a concretização desse direito e o permanente equilíbrio nas relações de consumo passam pela realização constante de palestras, programas televisivos, seminários, pela inserção da cadeira do direito do consumo no ensino universitário e ainda pela integração no ensino primário e secundário de noções básicas sobre as relações de

---

<sup>24</sup> Cit. CARDOSO, Elionora, *Lei de Defesa do Consumidor, Comentada e Anotada*, Coimbra Editora, Coimbra, 2012, p. 18.

<sup>25</sup> Entende ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos Consumidores*, Almedina, Coimbra, 1982, p. 186, a informação e a educação do consumidor estão ligadas entre si. Por via da informação, fornecem-se os dados sobre a situação factual, concernente aos direitos reconhecidos pela ordem jurídica, bem como as vias práticas de os fazer impor; ao passo que a educação do consumidor se traduz numa assimilação crítica e integral, através da qual é conferida ao consumidor a capacidade de escolha racionalizada e de actuação eficiente, sendo que a educação do consumidor é a sua formação.

<sup>26</sup> Neste sentido, refere GOMES, Carla Amado, «Os Novos Trabalhos do Estado: A Administração Pública e a Defesa do Consumidor»: in *Estudos do Instituto do Direito do Consumo*, Vol. I, Instituto de Direito do Consumo, Almedina, Coimbra, 2002, p. 32, cabe ao Estado e demais entidades Públicas «promover a educação dos cidadãos para que saibam determinar, autónoma e conscientemente, as opções de consumo».

<sup>27</sup> Cfr. ALVES, João, *Direito dos Consumidores, Textos e Peças Processuais*, Coimbra Editora, Coimbra, 2006, p. 116.

<sup>28</sup> Cit. *Ibidem*.

consumo e os direitos do consumidor<sup>29</sup>. Prevê a LDC, neste sentido, mecanismos de intervenção estatal, dos quais fazem parte medidas concretas para superar a fragilidade do consumidor nas relações de consumo<sup>30</sup>, como resulta do estabelecido no art. 7.º, n.º 1 da LDC, segundo o qual «ao Estado incumbe a promoção de uma política educativa para os consumidores, através da inserção nos programas das actividades escolares, bem como nas acções de educação permanente de matérias relacionadas com o consumo e os direitos dos consumidores, usando, designadamente os meios tecnológicos próprios de uma sociedade de informação».

Hoje, a intervenção do Estado nas relações de consumo é indispensável para melhor disciplinar as relações entre o fornecedor de bens e serviços e o consumidor, para reequilibrar a posição do consumidor nas relações de consumo, pressionado pela frequente oferta (muita vezes forçada) de bens e serviços<sup>31</sup>.

Associada à necessidade da sua formação e educação enquanto consumidores, surge a necessidade de que estes sejam devidamente informados. A informação em geral aparece como um padrão de defesa e protecção, que incumbe primeiramente ao Estado, sendo a forma mais adequada para a sua concretização a utilização dos meios públicos, como a rádio e a televisão<sup>32</sup>. Uma boa parte dos conflitos que surgem no âmbito das relações de consumo tem como fonte a falta de informação ou informação insuficiente, no que diz respeito aos seus direitos.

A informação consiste no conhecimento pleno de todas as características essenciais que compõem determinado bem ou serviço (natureza, composição, quantidade, durabilidade, origem, proveniência, prazo de validade, modo de funcionamento e utilização, etc), por parte do consumidor, permitindo-lhe tomar uma decisão liberal, consciente e responsável de adquirir ou não adquirir. Considera-se informação insuficiente a falta de um dos elementos de informação sobre determinado bem ou serviço.

A «informação tem sido palavra-chave e quase mágica em toda a evolução do direito do consumo».<sup>33</sup>

Para se alcançar maior efectividade do direito à informação, não basta que a lei o preveja. O Estado deve adoptar medidas que obriguem os operadores económicos a cumprirem as medidas tomadas, enquanto guardião das condições de funcionamento económico do mercado<sup>34</sup>. Deve desenvolver acções capazes de chegarem ao conhecimento de todos, particularmente dos consumidores, apoiando as acções promovidas pelas

---

<sup>29</sup> Cfr. Neste sentido, ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos Consumidores*, p. 187.

<sup>30</sup> Neste sentido, RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 119.

<sup>31</sup> Cfr. GOMES, Carla Amado, ob. cit., p. 32.

<sup>32</sup> O art. 7.º da LDC portuguesa sobre o «Direito à informação em geral», na alínea e), aponta a rádio e televisão como meios de difusão de informação em matéria de direito do consumo, ao passo que a LDC angolana não faz menção a estes meios, mas entendemos estarem implicitamente aí consagrados.

<sup>33</sup> Cit. ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos Consumidores*, p. 115.

<sup>34</sup> Cfr. BARRA, Tiago Viana, «Breves Considerações sobre a Responsabilidade e Tutela dos Direitos Fundamentais»: in *O Direito*, Ano 144.º, I, Almedina, Coimbra, 2012, p. 144.

associações de consumidores<sup>35</sup>. A LDC, no art. 32.º, n.º 1, al. k), inclui entre os direitos das associações de consumidores o direito «ao apoio do Estado, através da administração central e local, para a prossecução dos seus fins, nomeadamente no exercício da sua actividade no domínio da formação, informação e representação dos consumidores».

O Estado deve ainda, para materializar as suas tarefas, recorrer aos serviços de informação ao consumidor junto das administrações municipais, à constituição de conselhos de consumo e à criação de bases de dados e arquivos digitais acessíveis, de âmbito nacional, cujo objectivo é a difusão de toda informação que diz respeito ao direito do consumidor (art. 8.º da LDC).

Ao materializar o direito à informação em geral, o Estado estará a cumprir a sua tarefa constitucionalmente consagrada, que consiste em desenvolver políticas para a promoção do bem-estar social e para a consolidação e elevação da qualidade de vida do povo angolano, sobretudo dos grupos populacionais mais desfavorecidos, conforme o art. 21.º, al. d) da CRA.

Não basta o reconhecimento constitucional deste direito. O Estado angolano, para a sua concretização, deve impor níveis de qualidade de bens e serviços consumíveis e disponíveis no mercado aos fornecedores dos bens e serviços, acompanhados de uma forte fiscalização<sup>36</sup> e meios sancionatórios adequados, para reprimir todas as práticas comerciais atentatórias dos padrões de qualidade exigidos, quando os bens e serviços são colocados no mercado de consumo.

A Lei das Actividades Comerciais<sup>37</sup>, no art.º 1.º, determina que a mesma «tem por objecto estabelecer as regras de acesso e disciplinar o exercício da actividade do comércio e contribuir para o ordenamento e a modernização das infra-estruturas comerciais, proteger a livre e leal concorrência entre comerciantes e salvaguardar os direitos dos consumidores estabelecidos por lei». Vê-se claramente a preocupação do legislador em proteger o consumidor, sempre que ocorra dentro das relações comerciais, em geral, uma relação tipicamente de consumo.

O Estado deve intervir em todos os casos em que estejam presentes riscos do não cumprimento da função social da rede comercial e de prestação de serviços mercantis ou «se verifiquem situações que comprometam gravemente os direitos dos consumidores,

---

<sup>35</sup> Como refere CRUZ, Duarte Ivo. SIQUEIRA, Nuno de, «Notas sobre a Defesa do Consumidor»: in *Cadernos de Ciências e Técnica Fiscal*, n.º 149, Lisboa, 1972, p. 78, «a intervenção do Estado pode revestir formas indirectas, como o simples apoio ou subsídio concedido a associações privadas de consumidores»; no mesmo sentido, refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos Dos consumidores*, p. 184, uma primeira forma de colaboração por parte do Estado na informação dos consumidores passa pelo financiamento de iniciativas privadas (associações de consumidores), para a concretização desse direito.

<sup>36</sup> Neste sentido, refere ANDRADE, José Carlos Vieira, «Os Direitos Fundamentais dos Consumidores na Constituição Portuguesa de 1976»: in *Estudos de Direito do Consumidor*, p. 146, «os direitos fundamentais dos consumidores são dirigidos ao Estado, devendo este, em primeira linha, não só através da legislação, mas também através da fiscalização administrativa ou do aparelho do judicial, assegurar o cumprimento do dever dos bens e interesses dos consumidores...».

<sup>37</sup> Lei n.º 1/07, de 14 de Maio.

todavia, não devendo esta intervenção afectar o funcionamento da actividade comercial, a concorrência e os «direitos dos consumidores»<sup>38</sup>.

### 1.2.3. O direito do consumidor como direito fundamental

Um assunto que começa a suscitar o interesse da sociedade angolana é o dos direitos do consumidor, havendo indícios de que os cidadãos querem passar a assumir a defesa dos seus direitos. É inegável que as relações de consumo são das mais importantes nas sociedades modernas, fazendo com que os Estados adoptem leis e regulamentos de tutela de direitos do consumidor, procurando, por via do Direito, a justiça na relação entre o consumidor e o fornecedor, assegurando, deste modo, o necessário equilíbrio entre as partes, com particular atenção para a protecção do consumidor, dada a sua vulnerabilidade nestas relações.

Como já tivemos oportunidade de referir, a CRA consagra os direitos do consumidor como fundamentais, dispondo no seu art. 78.º que o consumidor tem direito à qualidade de bens e serviços, à informação e esclarecimento, à garantia dos seus produtos e à protecção na relação de consumo, assim como o direito a ser protegido, na saúde e na vida, no fabrico e fornecimento de bens e serviços, devendo ser ressarcido pelos danos que lhe sejam causados.

O reconhecimento destes direitos como fundamentais indicia o reconhecimento por parte do Estado do crescimento económico<sup>39</sup> e das relações comerciais, em geral, e, em particular, das relações de consumo, em Angola.

Só com a LDC, os direitos dos consumidores não seriam eficazmente protegidos face à realidade económica do país, aliada à crescente oferta de bens e serviços com que o mercado angolano tem vindo a lidar e à fragilidade do consumidor nas relações de consumo, mormente por falta de conhecimentos técnicos sobre certos bens e serviços.

A dignidade constitucional reconhecida a esses direitos traduz-se no conjunto institucionalizado de direitos e garantias do ser humano<sup>40</sup>, tendo por finalidade o respeito à sua dignidade por parte de todas as entidades (públicas ou privadas) que participam do lado activo das relações jurídicas de consumo. O meio para a manutenção do respeito da dignidade do consumidor passa pela protecção dos direitos e interesses do consumidor

---

<sup>38</sup> Cfr. Art. 29.º, n.ºs 1 e 2 da Lei n.º 1/07, de 14 de Maio.

<sup>39</sup> Neste sentido, refere ANDRADE, José Carlos Vieira, «Os Direitos Fundamentais dos Consumidores na Constituição Portuguesa de 1976»: in *Estudos de Direito do Consumidor*, p. 143, «...o consumidor torna-se num sujeito de direitos fundamentais em razão da sua subalternidade e vulnerabilidade na relação económica com o produtor, fornecedor e prestador, em especial no que toca a bens e serviços essenciais que não pode deixar de adquirir»; no mesmo sentido, MONTEIRO, António Pinto, «Breve Nótula sobre a Protecção do Consumidor na Jurisprudência Constitucional»: in *Direitos Fundamentais e Direito Privado, Uma Perspectiva de Direito Comparado*, p. 297.

<sup>40</sup> Refere ANDRADE, José Carlos Vieira, ob. cit., p. 142, o que justifica o reconhecimento dos direitos dos consumidores como fundamentais «é a necessidade de proteger as pessoas enquanto consumidores de bens e serviços...».

contra todas as práticas dos agentes económicos que se considerem atentatórias aos mesmos<sup>41</sup>.

A partir do Capítulo II da LDC, passaremos a estudar o elenco de direitos que foram pensados para regular em especial todas as pessoas envolvidas nas relações de consumo.

### 1.2.3.1. Direito à qualidade dos produtos e serviços

Grande parte dos conflitos oriundos das relações de consumo, especificamente em Angola, tem como causa a qualidade dos bens e serviços. Para certos autores<sup>42</sup>, este direito aparece em primeiro lugar no elenco dos direitos do consumidor consagrados na LDC, dada a especial importância que este direito assume nas relações de consumo.

Ao adquirir-se um bem ou serviço, a primeira coisa que se espera é que os mesmos correspondam aos interesses ou necessidades que levaram a adquiri-los<sup>43</sup>. «Os bens e serviços destinados para o consumo devem ser aptos para satisfazer os fins a que se destinam e produzir os efeitos que lhes atribuem» (art. 5.º, n.º 1 da LDC). Este artigo corresponde no essencial ao art. 4.º da LDC portuguesa.

Isso significa dizer que o direito à qualidade dos bens e serviços consumidos assegura tanto a aptidão dos bens e serviços para os fins a que são destinados, como a ausência de qualquer defeito (adulteração do produto, má qualidade do serviço) de utilidade ou funcionamento, ligados às características dos mesmos<sup>44</sup>.

«Proíbe-se o fornecimento de produtos e a prestação de serviços que, em condições de uso normal ou previsível, impliquem riscos com o seu emprego, inaceitáveis, de acordo com um nível elevado de protecção da saúde e da segurança física das pessoas»<sup>45</sup>.

A qualidade dos bens e serviços deve ficar assegurada volvido certo tempo após a sua compra. No caso da compra de um bem móvel (uma máquina fotográfica, uma máquina de lavar, uma bicicleta, etc.), o fornecedor deve garantir o seu bom estado pelo período de um ano<sup>46</sup>, podendo ser estabelecido prazo mais favorável por convenção das

---

<sup>41</sup> Cfr. CARVALHO, Luís Cláudio, *O Papel do Ministério Público na Defesa do Consumidor, Em busca da eficiência social das normas de protecção do consumidor*, Vol. III, Campos dos Goyatazes, [S. l.], pp. 40-41.

<sup>42</sup> Cfr. CARDOSO, Elionora, ob. cit., p. 56.

<sup>43</sup> Cfr. Neste sentido, BARBIEIRI, Diovana, «A Vinculação dos Particulares aos Direitos Fundamentais na Ordem Jurídica Portuguesa: Pode-se/Deve-se pensar em Eficácia Horizontal Directa?», p. 306.

<sup>44</sup> Cfr. CANOTILHO, José Joaquim Gomes. MOREIRA, Vital, *A Constituição da República Portuguesa Anotada*, Vol. I, 4.ª Ed., p. 781.

<sup>45</sup> Cit. FROTA, Mário, «Os Serviços de interesse Geral e o Princípio Fundamental da Protecção dos interesses Económicos do Consumidor»: in *Maia Jurídica*, Ano V, n.º 2, 2007, p. 42.

<sup>46</sup> No Direito português, o DL n.º 67/2003, de 8 de Abril, sobre «Garantias na Venda de Bens de Consumo», que transpõe para o seu direito interno a Directiva n.º 1999/44/CE, do Parlamento e do Conselho, de 25 de Maio, estabelece no seu art. 5.º que o consumidor, em caso de falta de conformidade do bem com o contrato no prazo de 2 anos (bens móveis) e de 5 anos (bens imóveis), pode exercer o seu direito de reparação, substituição, redução do preço ou resolução do contrato.

partes (art. 5.º, n.º 2 da LDC). No que diz respeito à compra de bens imóveis (uma casa), por exemplo, após a entrega do imóvel, o consumidor tem um prazo de garantia mínima de 5 anos (art. 5.º, n.º 3, do citado diploma), podendo, igualmente, ter um prazo de garantia maior, conforme o acordado entre as partes.

Caso o bem tenha algum problema e necessite de reparação durante o período de garantia, este prazo fica suspenso pelo tempo em que decorrer a reparação, recomeçando a contar a partir do fim da reparação (art. 5.º, n.º 4).

A pensar na vulnerabilidade do consumidor, a LDC estabeleceu normas que o protegem em relação à qualidade de bens e serviços<sup>47</sup>, garantindo que, em caso de falta de conformidade<sup>48</sup> de um bem ou serviço, o consumidor tem o direito de exigir junto do fornecedor a reparação, a substituição, a redução do preço ou a resolução do contrato<sup>49</sup>, sempre que se tratar de um bem móvel não consumível ou um bem imóvel, desde que a falta de conformidade ocorra no prazo de um ano (bens móveis) ou cinco anos (bens imóveis).

Todavia, os direitos conferidos pela LDC não funcionam de forma automática, ou seja, apesar de se verificar a falta de conformidade do produto adquirido, o consumidor só vai exercer os seus direitos se a falta de conformidade for imputada ao fornecedor (o fornecedor deve entregar ao consumidor produtos que sejam conformes com o contrato) e não por este (consumidor) deixar de cumprir com algumas recomendações próprias do produto que adquiriu<sup>50</sup>.

A Lei das Actividades Comerciais acolhe o prazo de garantia (de um ano) estabelecido na LDC, sempre que se tratar de um bem duradouro, e impõe ao produtor ou importador de produtos um dever de garantir aos compradores (consumidores) um adequado serviço técnico, de informação e reparação, bem como o fornecimento de peças de reposição, durante um prazo mínimo de 5 anos, contando este prazo a partir da data que o modelo do bem de carácter duradouro deixe de ser fabricado ou importado<sup>51</sup>.

A relação entre o fornecedor e o consumidor nem sempre tem o seu fim com a conclusão do contrato. «Não só a execução diferida como também a aptidão do objecto para a satisfação de necessidades mais ou menos prolongadas implicam a subsistência ou criação de vínculos obrigacionais para o comerciante vendedor como até para o produtor»<sup>52</sup>.

---

<sup>47</sup> A Lei das Actividades Comerciais determina no art. 24.º, n.º 1 que «os comerciantes respondem pela qualidade dos artigos vendidos».

<sup>48</sup> Cfr. Neste sentido, SILVA, João Calvão da, *Venda de Bens de Consumo*, 3.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2006, p. 56 e ss.

<sup>49</sup> Cfr. SILVA, João Calvão da, *Compra e Venda de Coisas Defeituosas, Conformidade e Segurança*, 3.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2004, p. 157.

<sup>50</sup> Cfr. CARDOSO, Elionora, ob. cit., p. 57.

<sup>51</sup> Cfr. Art. 24.º, n.ºs 2 e 3 da Lei das Actividades Comerciais.

<sup>52</sup> Cit. ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos Consumidores*, p. 127.

Com o fornecimento de peças de reposição, a lei garante ao consumidor serviços que devem ser realizados posteriormente à venda do bem e dos serviços instalados (art. 20.º, n.º 3 da LDC).

Caso se verifique a falta de conformidade do produto, como referimos, o consumidor pode exercer os direitos à reparação, à substituição, à redução do preço ou à resolução do contrato. Acrescenta a Lei das Actividades Comerciais que constitui infração grave a não aceitação dentro dos prazos legais da devolução do bem ou equipamento com defeito de fabrico, punível com multa de 10 a 100 dias<sup>53</sup>.

A Lei Geral da Electricidade<sup>54</sup>, no art. 12.º, com a epígrafe «Direitos do Consumidor», consagra o direito em análise e determina que a entidade fornecedora de energia eléctrica deve indemnizar o consumidor pelos danos que lhe causar pela falta de qualidade e continuidade no fornecimento de energia<sup>55</sup>. Está aqui subjacente o direito do consumidor à reparação (indemnização) pelos danos que lhe forem causados, no âmbito da relação de consumo, como reza o art. 10.º da LDC.

A par do problema da qualidade dos produtos alimentares<sup>56</sup> está o problema com o fornecimento de energia eléctrica. A constante descontinuidade no fornecimento deste bem (energia), precioso e imprescindível nos tempos de hoje, para o bem-estar do consumidor e do cidadão como um todo, é, em Angola, causa de frequentes desentendimentos com os fornecedores desses serviços. Parece-nos, e bem, que os consumidores podem invocar o art. 12.º da Lei Geral da Electricidade, conjuntamente com o art. 10.º da LDC, sempre que o seu direito à qualidade nos serviços fornecidos seja violado, obtendo, deste modo, uma reparação efectiva.

O legislador, ao consagrar o direito à qualidade dos bens e serviços, teve como preocupação ir ao encontro quer da necessidade de protecção do consumidor nas relações de consumo, quer na aquisição de bens ou fornecimento de serviços, tendo esse direito perfeita harmonização com a ideia constitucional (art. 78.º da CRA) de que a qualidade deve ser preconizada e claramente protegida, para que os bens e serviços destinados para o consumo sejam aptos para satisfazer os fins a que se destinam.

A defesa do consumidor, em Angola, vai ao ponto da obrigatoriedade de se ressarcir o consumidor por eventuais danos que lhe sejam causados, decorrentes do fabrico e fornecimento de bens e serviços (art.s 10.º, 11.º e 12.º da LDC). A questão que importa aqui colocar é a de saber se os consumidores em Angola têm um conhecimento considerado razoável dos seus direitos consagrados na Constituição e demais legislação.

---

<sup>53</sup> Cfr. Art. 36.º, n.ºs 1 alínea h) e 2 do diploma citado.

<sup>54</sup> Lei n.º 14-A/96, de 31 de Maio.

<sup>55</sup> Art. 12.º, alínea b) da referida lei.

<sup>56</sup> Refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, ob. cit., p. 51, os alimentos «são os casos de tratamento mais comuns e mais antigo, mesmo nas ordens menos sensibilizadas para a problemática da protecção do consumidor. A introdução de novas técnicas de fabrico afasta cada vez mais os bens alimentares do seu estado natural».



A falta de informação do consumidor é um factor que concorre para a baixa qualidade dos bens e serviços<sup>57</sup>, em geral, e, conseqüentemente, para a falta de uma cultura de qualidade em Angola que, não raras vezes, aparece conexas ao fraco poder de compra. Por outro lado, há fornecedores de bens e serviços que, se aproveitando da falta de conhecimento por parte dos consumidores dos respectivos direitos, se eximem do cumprimento dos seus deveres, mormente no que à qualidade dos bens e serviços respeita.

Porém, isso não significa que em Angola não existem produtos e serviços de qualidade. Entretanto, a existência de mercados informais e mercearias (vulgo cantinas), que na sua maioria pertencem a emigrantes, a falta de poder económico, a falta de informação e a falta de um órgão de acreditação (fiscalizador da qualidade de bens e serviços) no país, vêm, de certa maneira, agravar a situação, na medida em que as entidades angolanas que pretendam fazer trabalho de certificação e inspecção só podem fazê-lo através da Comunidade dos Países da África Austral (SADC), em cuja estrutura Angola está inserida, enquanto membro da organização regional<sup>58</sup>.

Sem descurar o papel que o INADEC desempenha em relação a práticas que colocam ou podem colocar em perigo a saúde e a vida do consumidor, consideramos de extrema importância que o consumidor conheça e exerça de forma consciente os seus direitos, na medida em que só conhecendo os seus direitos poderá denunciar os eventuais abusos.

Situações há em que o consumidor, tendo pleno conhecimento de determinadas irregularidades no fornecimento de bens e serviços, ainda assim não as dá a conhecer, em virtude da falta de «fé» de que as autoridades competentes<sup>59</sup> as tenham em consideração.

Para que se melhore este quadro, será necessária uma maior divulgação não só dos direitos do consumidor, mas também do papel das autoridades competentes para a defesa e protecção dos seus direitos. O consumidor deve conhecer não só os instrumentos legais que o protegem como a forma como os órgãos competentes reagem a determinados actos ilegais praticados por quem exerça uma actividade económica que vise a obtenção de lucro.

A economia angolana continua a crescer, verificando-se um aumento constante no que diz respeito à produção de bens e serviços, o que implica uma particular atenção aos bens e serviços consumidos pelos cidadãos. O Estado, ao criar a LDC e reconhecendo constitucionalmente os direitos do consumidor, teve em conta o crescimento económico

---

<sup>57</sup> «Apenas cinco por cento dos consumidores, em Luanda, exige qualidade nos bens que consome, por falta de cultura de informação e devido ao fraco poder de compra», segundo a directora do Instituto Angolano de Normalização e Qualidade (IANORQ), Teodora Loureço Silva, [www.angolaemqualidade.blogspot.com](http://www.angolaemqualidade.blogspot.com). visto às 20 horas de 22-11-2013.

<sup>58</sup> Assim, entende a directora do Instituto de Normalização da qualidade de Angola, Teodora Loureço Silva, [www.angolaemqualidade.blogspot.com](http://www.angolaemqualidade.blogspot.com). visto às 20 horas de 22-11-2013.

<sup>59</sup> Neste sentido, refere MONTEIRO, António Pinto, «Contratos de Adesão: O Regime Jurídico das Cláusulas Contratuais Gerais Instituído pelo Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de Outubro»: in *Revista da Ordem dos Advogados*, Ano 46, Lisboa, 1986, p. 736, «...por falta de consciência dos seus direitos, por duvidarem do sucesso de uma afirmação judicial dos mesmos, ou da sua eficácia prática, raramente solicitaram a intervenção dos tribunais...».

(como referimos anteriormente), intervindo no sentido de evitar e resolver os conflitos que surgem nas relações de consumo<sup>60</sup>.

### 1.2.3.2. Direito à protecção da saúde e à segurança física

Este direito tem consagração constitucional<sup>61</sup> (art.s 78.º, n.º 1º, da Constituição) e infraconstitucional (art.s 4.º, b), e 6.º da LDC), e tem como escopo a proibição do fornecimento de bens e serviços que coloquem em perigo a saúde e a segurança física do consumidor, ou seja, os bens e serviços destinados ao consumo devem ser aptos a satisfazerem os fins para os quais se destinam, bem como a produzirem os efeitos adequados para não porem em perigo a saúde e a segurança física do consumidor, excepto aqueles que sejam inerentes aos bens e serviços abstratamente considerados, podendo ser tidos como normais e previsíveis<sup>62</sup> em decorrência da sua natureza e fruição.

Angola vive praticamente da importação de bens alimentares e fármacos para o consumo interno. As longas distâncias e o longo tempo entre o fabrico, transporte, análise de qualidade, distribuição e comercialização, podem revelar-se inadequados para o consumo, na medida em que os mesmos, nas diferentes fases do seu percurso até ao consumidor, se sujeitam a diversas condições de conservação que podem pôr em causa a saúde e segurança física do consumidor.

Com efeito, o fornecedor desses bens deve prestar toda a informação necessária sobre os produtos adquiridos, tais como o prazo de validade, o modo de uso e as possíveis reacções resultantes de misturas com outros produtos, entre outras (art. 6.º, n.º 1 da LDC), pois, resulta do art. 9.º da LDC que o fornecedor tem a obrigação de comunicar de forma clara e adequada, antes da celebração do contrato, os riscos de utilização normal dos bens e

---

<sup>60</sup> Como referiu a ministra cessante do comércio, Idalina Valente, num seminário sobre os direitos do consumidor, a intervenção do Estado é necessária para garantir um comportamento responsável dos fornecedores, em respeito aos direitos individuais do consumidor, à equidade e à justiça social. [www://jornaldeangola.sapo.ao/19/42/o consumidor](http://jornaldeangola.sapo.ao/19/42/o%20consumidor). Visto às 14 horas de 10-04-2013.

<sup>61</sup> Cfr. Neste sentido, MAMEDE, Gladston, *Direito do Consumidor no Turismo*, Editora Atlas, São Paulo, 2002, p. 45.

<sup>62</sup> O n.º 5 do art. 3.º da LDC define uso normal ou razoavelmente previsível «toda a utilização que se mostra adequada à natureza ou características do bem ou que respeita às indicações ou modos de uso aconselhados, de forma clara e evidente pelo produtor».

O art. 3.º do DL n.º 69/2005, de 17 de Março, do ordenamento jurídico português sobre a «Segurança Geral dos Produtos e Serviços, define produto seguro como «qualquer bem que, em condições de utilização normais ou razoavelmente previsíveis, incluindo a duração, se aplicável a instalação ou entrada em serviço e necessidade de conservação, não apresente quaisquer riscos ou apresente apenas riscos reduzidos compatíveis com a utilização e considerados conciliáveis com o elevado nível de protecção da saúde e segurança dos consumidores, tendo em conta, nomeadamente:

- a) As características do produto, designadamente a sua composição;
- b) A apresentação, a embalagem, a rotulagem e as instruções de montagem, de utilização, de conservação e de eliminação, bem como eventuais advertências ou outra indicação de informação relativa ao produto;
- c) Os efeitos sobre outros produtos, quando seja previsível a sua utilização conjunta;
- d) As categorias de consumidores que se encontrarem em condições de maior risco ao utilizarem o produto, especialmente crianças e idosos.

serviços, quando existam. Para além dos deveres citados que recaem sobre os fornecedores de produtos e serviços, são exigências que se incluem neste tipo de direito as informações sobre a salubridade dos géneros alimentícios<sup>63</sup> e a segurança dos medicamentos que são postos no mercado de consumo.

«O número de pessoas que manipula alimentos destinados à venda, seja para consumo directo ou ainda no âmbito do processo de transformação, exige uma vigilância constante dos locais de confecção [...] pelo que devem sujeitar-se às competentes inspecções de sanidade física. Todavia, outro aspecto fundamental é o conhecimento dos princípios básicos de higiene para a manipulação dos alimentos»<sup>64</sup>.

A existência de riscos considerados normais e previsíveis, nos termos do art. 6.º da LDC, não conduz a uma completa isenção do fornecedor, mas remete para um tratamento jurídico específico, no quadro do qual se afirma um dever de alardear a existência do risco, que é uma consequência necessária da obrigação genérica de informar sobre o bem ou serviço prestado, não apenas ao consumidor em sentido estrito, mas a todos aqueles que podem ser considerados como vítimas dos danos causados pelos riscos, no âmbito da actuação do fornecedor, ou seja, dos riscos inerentes à sua actuação económica<sup>65</sup>.

Os produtos e serviços que, por qualquer razão, se apresentem inadequados para o consumo e sobre os quais não forem prestadas quaisquer informações como é estabelecido na norma, dão origem à responsabilidade do fornecedor ou do produtor pelos danos morais ou patrimoniais (art. 6.º, n.ºs 1 e 2 do citado diploma) causados ao consumidor<sup>66</sup>, tanto pela insuficiência ou inadequação das informações, como pelos defeitos relativos à prestação de serviços<sup>67</sup>.

O produtor e o fornecedor não são responsabilizados somente pela reparação dos danos que causarem com a circulação do produto no mercado. Porém, também respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que se tornam impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam<sup>68</sup>.

A LDC, ao estabelecer que não é lícito introduzir no mercado para comercialização bens ou serviços que se sabe serem nocivos ou perigosos para os potenciais consumidores,

---

<sup>63</sup> É considerada como infração grave e punível a ausência de um cartão de sanidade dos trabalhadores que manuseiam os géneros alimentares, conforme o art. 36.º, n.º 1 alínea u) e 2 da Lei das Actividades Comerciais; neste sentido refere CANOTILHO, José Joaquim Gomes. MOREIRA, Vital, *Constituição da República Portuguesa*, Vol. I, 4.ª Ed., p. 782, «a protecção da segurança pode passar pela proibição de certos produtos, pela obrigatoriedade de certas normas de fabrico, pela certificação de segurança obrigatória, pela informação específica sobre as características de segurança, etc.».

<sup>64</sup> Cit. SANTOS, Ana Clara, [et al.], *A Educação do Consumidor, Elementos para a sua Compreensão*, Instituto do Consumidor, [S. l.], depósito legal: 1172289/97, p. 131.

<sup>65</sup> Cfr. MAMEDE, Gladston, ob. cit., p. 60.

<sup>66</sup> Cfr. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 147.

<sup>67</sup> Cfr. Art. 10.º, da LDC.

<sup>68</sup> Cfr. Art.s 11.º e 12.º, da LDC; neste sentido, refere RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 147, «actualmente, na economia de massa, os produtos são postos em grande quantidade no mercado por fornecedores somente interessados em incluir bens e serviços, criar expectativas, ditar tendências, actos contrários à ética e ao Direito».

inclui um dever de ofício, referindo-se àqueles que, dentro do exercício das suas funções, tenham conhecimento da existência de bens ou serviços proibidos, devendo dar a conhecer às entidades competentes para a fiscalização do mercado a ocorrência de tais factos. Posteriormente ao conhecimento da existência de produtos ou serviços proibidos no mercado de consumo, devem as entidades competentes proceder à apreensão, à retirada do mercado ou à interdição dos bens e prestação de serviços que impliquem perigo para a saúde pública ou que não obedeçam aos requisitos técnicos e utilitários, legalmente exigidos<sup>69</sup>.

Como se verifica, a LDC desenvolve institutos em defesa dos valores fundamentais da personalidade humana: vida, saúde e segurança. Estes valores sobrepõem-se aos demais, em termos de efectiva protecção da parte considerada mais fraca. Por isso, o legislador, aquando da criação da LDC, tendo em atenção a salvaguarda do direito à vida, enquanto bem jurídico fundamental, procurou criar um sistema de protecção do consumidor em que se especifiquem as responsabilidades dos produtores e fornecedores, por forma a assegurar que os bens e serviços satisfaçam os requisitos normais para o consumo.

Por falta de uma regulamentação precisa e coerciva, em que sejam impostas regras mínimas de qualidade e segurança dos bens e serviços conformes com as exigências sociais, não será de esperar que os produtores e os prestadores de serviços voluntariamente as incluam nas suas normas de produção e de prestação de serviços, sendo necessário que o direito do consumo defina, imponha e sancione a não conformidade dos bens e serviços às mencionadas exigências sociais, que traduzem as legítimas expectativas do consumidor<sup>70</sup>.

O fornecimento de bens ou serviços nocivos à saúde ou comprometedores da segurança do consumidor é responsável pela maior parte dos chamados «acidentes de consumo», fruto do advento da produção e do consumo em massa. Os casos mais frequentes de fornecimento capazes de afectar a saúde e a segurança do consumidor localizam-se na área dos alimentos e fármacos, com maior incidência nestes últimos, dada a existência de mercados informais onde, inclusive, fármacos sujeitos a receita médica são comercializados normalmente, à margem dos padrões legais de conservação a que este tipo de produto está sujeito.

### **1.2.3.3. Direito à informação**

A necessidade do estabelecimento de relações jurídicas de consumo mais equilibradas passa pelo reconhecimento do direito à informação, em particular ao consumidor, por forma a permitir-lhe aferir as melhores opções existentes no mercado de consumo.

---

<sup>69</sup> Cfr. Art. 6.º, n.ºs 2 e 3 da LDC.

<sup>70</sup> Cfr. LIZ, Jorge Pegado, *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*, Notícia Editorial, Lisboa, 1999, p. 266.

A informação tratada aqui não se refere à informação geral como uma das incumbências do Estado, para a formação do consumidor sobre os bens e serviços colocados no mercado de consumo, como vimos anteriormente. Refere-se a um direito particular do consumidor à informação acerca de todos os elementos essenciais de um bem ou serviço, bem como a todos os esclarecimentos<sup>71</sup> (informação) prestados pelo profissional, no momento da celebração de qualquer contrato de consumo, ou seja, constante da declaração do profissional que influencia a decisão do consumidor de celebrar ou não determinado contrato.

O direito à informação em particular, como direito fundamental (art. 78.º da CRA), vem previsto nos arts 4.º, n.º 1, c) e 9.º da LDC, onde se reconhece um direito de que os consumidores em concreto não podem abdicar, isto é, o de serem devidamente esclarecidos de todos os termos que fazem parte de qualquer contrato de consumo, ou seja, os profissionais e todas as entidades envolvidas numa relação de consumo estão sujeitos ao dever de informar o consumidor, de forma clara e adequada, sobre os diferentes bens e serviços, quanto à especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos a eles inerentes (art. 9.º, n.º 1).

O consumidor está assim protegido por um princípio fundamental constitucionalmente consagrado, o de lhe serem prestados toda a informação e esclarecimentos necessários para a contratação, permitindo-lhe, deste modo, a tomada de uma decisão correta, no momento da celebração do contrato em causa<sup>72</sup>. Caso as informações essenciais para a celebração do contrato de aquisição de bens ou prestação de serviços não lhe sejam devidamente transmitidas<sup>73</sup>, o legislador prevê a possibilidade da resolução do contrato, num período de sete dias a contar da data da recepção do bem ou da celebração do contrato de prestação de serviços, bem como a reparação dos danos pela falta ou insuficiência de informação, não só por parte do fornecedor, ou seja, para além do próprio vendedor, mas por parte de todos os restantes elos da cadeia, desde o produtor ao distribuidor, responsáveis pelas informações prestadas ao consumidor, desde que tenham violado igualmente o dever de informação (art. 9.º, n.ºs 2 e 3).

Assim, o consumidor tem direito a ser informado completa e lealmente, com vista à formação da sua correta decisão no momento da celebração do contrato. As informações constantes dos rótulos, prestadas nos locais em que são comercializados diversos produtos

---

<sup>71</sup> A LCGC estabelece que «as cláusulas contratuais gerais devem ser comunicadas claramente e na íntegra aos aderentes que se limitem a subscrevê-las ou a aceitá-las; a comunicação deve ser clara e adequada e feita com antecedência necessária para que, tendo em conta a importância do contrato e a extensão e complexidade das respectivas cláusulas, se torne possível o seu conhecimento completo e efectivo [...]; o contraente que recorra a cláusulas contratuais gerais deve informar e explicar à outra parte os aspectos nela contidos cuja clarificação se justifique, bem como prestar todos os esclarecimentos solicitados», art. 3.º, n.ºs 1, 2 e 3.

<sup>72</sup> Cfr. CARDOSO, Elionora, ob. cit., p. 94.

<sup>73</sup> Neste sentido, entende KHOURI, Paulo R. Roque A, *Direito do Consumidor, Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em juízo*, 3.ªEd., Editora Atlas, São Paulo, 2006, p. 72, ser a informação ao consumidor tão importante, pelo facto de que, quando essa informação deixa de ser prestada adequadamente ao consumidor sobre os bens e serviços que este está para adquirir, o fornecedor está a deixar de ser transparente, sendo que a falta de transparência pode conduzir o consumidor à tomada de decisões equivocadas, em relação aos bens de consumo que pretende adquirir.

ou divulgados por meio de publicidade, devem ser rigorosamente verdadeiras, precisas e esclarecedoras quanto a todos os elementos essenciais que compõem determinado bem ou serviço.

O Regulamento sobre a Afixação dos Preços em Estabelecimentos Comerciais<sup>74</sup> faz referência, nos seus vários artigos, ao direito à informação em especial do consumidor, estabelecendo, no seu art. 1.º, que «todos os bens destinados à venda ao público devem indicar o respectivo preço»<sup>75</sup> de venda ao consumidor e que, seja qual for o suporte utilizado, a indicação deve ser feita de modo a que o consumidor não tenha dúvidas, ou seja, é necessário que a indicação do preço seja feita em letra legível, através da utilização de letreiros, etiquetas ou listas, em conformidade com o art. 4.º, n.º 1, do referido Regulamento, de modo a permitir ao consumidor ter o conhecimento do valor total ou por unidade do produto a pagar.

No que se refere à prestação de serviços, seja qual for a sua natureza, os preços devem ser afixados em locais visíveis, no espaço onde os serviços são propostos ou prestados ao consumidor (art. 7.º, n.º 1, do mesmo diploma).

A protecção conferida pela LDC ao consumidor ocorre fundamentalmente em três fases: na fase pré-contratual<sup>76</sup>, na fase contratual e na fase pós-contratual (consubstanciando-se na prestação de assistência técnica, reparação, substituição do bem ou serviço, etc.), buscando-se em qualquer dessas fases o equilíbrio contratual. É evidente que, para que se efective este equilíbrio, se torna necessária uma maior disponibilidade de informações essenciais ao consumidor, por parte do fornecedor, dos bens e serviços oferecidos no mercado. Por exemplo: caso se compre uma máquina fotocopadora e as instruções e demais informações apenas estiverem redigidas em inglês ou noutra língua, o consumidor tem o direito de exigir do fornecedor um novo manual em português, em virtude de, em Angola, a língua oficial ser o português.

#### 1.2.3.4. Direito à protecção dos interesses económicos

Este direito vem consagrado nos art.s 4.º, n.º 1, alínea a) e 15.º da LDC. Este é um dos direitos, tal como o direito à informação, que se pode considerar um pilar<sup>77</sup>, no âmbito

---

<sup>74</sup> Decreto Executivo n.º 33/00, de 5 de Maio.

<sup>75</sup> A Lei das Actividades Comerciais, no art. 23.º, também faz referência ao dever de se indicar o preço ao público dos produtos expostos para a venda a retalho, bem como os meios pelos quais devem as indicações ser feitas. Estabelece ainda que a venda de bens ou a prestação de serviços por um preço superior aos constantes dos respectivos meios de indicação dos preços constitui uma infracção grave e punível. Art. 36.º, n.º 1 alínea d) e 2, do diploma citado.

<sup>76</sup> Refere PRATA, Ana, *Notas sobre Responsabilidade Pré-contratual*, [s.n.], Lisboa, 1991, p. 66, «constituindo a fase dos preliminares o período destinado à maturação da vontade contratual e à busca do equilíbrio de interesses que constituirá o substrato do contrato, indispensável é que as partes possam dispor de liberdade para, através de formulações aproximativas, poderem ajustar progressivamente os seus pontos de vista divergentes, sendo-lhes, do mesmo passo, possível em qualquer momento desistir do projecto contratual concebido».

<sup>77</sup> ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos Consumidores*, p. 71, considera o desprezo pela protecção dos interesses económicos do consumidor como constituindo a parte mais visível da sua desprotecção.

da defesa do consumidor. Este direito tem particular importância na contratação<sup>78</sup>, especialmente no que diz respeito aos contratos pré-redigidos, que abordaremos mais adiante, onde não há negociação entre comprador (consumidor) e vendedor (fornecedor). Todavia, existem certas normas que o vendedor tem de respeitar, como a redação clara e inequívoca das cláusulas do contrato e a não utilização de cláusulas que originem desequilíbrios e desigualdades<sup>79</sup>, como é o caso de cláusulas contratuais gerais abusivas que são proibidas por lei (art.s 16.º da LDC e 10.º da LCGC), por desrespeitarem os direitos do consumidor.

O art. 15.º faz referência, nos seus vários números, a aspectos essenciais da defesa do consumidor, ao considerar que deve haver nas relações de consumo igualdade material dos intervenientes<sup>80</sup>, a lealdade e a boa fé. Esta igualdade é aferida nos preliminares, na formação e na vigência do contrato<sup>81</sup>, protegendo assim o consumidor em relação a situações abusivas que ressaltam da elaboração dos contratos<sup>82</sup>.

Os contratos de consumo que não forem precedidos da informação necessária para que o consumidor tenha conhecimento prévio do conteúdo contratual e forem redigidos com o objectivo de dificultar a compreensão do seu sentido e alcance não o vinculam<sup>83</sup>.

Este direito visa prevenir os eventuais abusos por parte dos fornecedores de bens e serviços, impondo nas relações jurídicas de consumo a igualdade material dos intervenientes, a lealdade e a boa fé<sup>84</sup>, como acima referimos.

Este direito prevê que não se pode exigir do consumidor o pagamento de bens ou serviços que não tenha solicitado<sup>85</sup> ou que não constitua cumprimento de um contrato válido<sup>86</sup>. O fornecimento de um bem ou serviço ao consumidor, sem a sua prévia

---

<sup>78</sup> Neste sentido, segundo CANOTILHO, José Joaquim Gomes. MOREIRA, Vital, *Constituição República Portuguesa Anotada*, Vol. I, 4.ª Ed., p. 782, os princípios da igualdade e da lealdade implicam a protecção contra os danos resultantes da adopção de contratos pré-redigidos e métodos agressivos na promoção de vendas, que impedem o consumidor de fazer uma avaliação consciente das cláusulas contratuais e da formação livre da decisão de contratar.

<sup>79</sup> Como refere ANDRADE, José Carlos Vieira, «Os Direitos Fundamentais dos Consumidores na Constituição Portuguesa de 1976»: in *Estudos de Direito do Consumidor*, p. 146, «quando a Constituição se refere ao direito à protecção dos interesses económicos, não deve ser entendida como opção parcial a favor do consumo, mas como equilíbrio e garantia da legalidade e da igualdade material, sobretudo para a protecção dos desequilíbrios em detrimento do consumidor...».

<sup>80</sup> Cfr. No mesmo sentido, refere LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, «O Direito do Consumo: Autonomização e Configuração Dogmática»: in *Estudos do Instituto de Direito do Consumo*, Vol. I, Almedina, Coimbra, 2002, p. 12, «para que este sistema possa funcionar eficazmente pressupõe-se uma igualdade absoluta entre as partes...».

<sup>81</sup> Cfr. Art. 15.º, n.º 1 da LDC.

<sup>82</sup> Cfr. CARDOSO, Elionora, *Lei de Defesa do Consumidor...*, p. 104.

<sup>83</sup> Cfr. Art. 15.º, n.º 2 da LDC.

<sup>84</sup> O art. 227.º, n.º 1 do CC, consagra o princípio da boa fé objectiva, estabelecendo que «quem negocia com outrem para a conclusão de um contrato deve, tanto nos preliminares como na formação dele, proceder segundo as regras da boa fé, sob pena de responder pelos danos que culposamente causar a outra parte».

<sup>85</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 258 e ss.

<sup>86</sup> O art. 13.º do Decreto-Lei 57/2008, de 26 de Abril, do ordenamento jurídico português, que tem por epígrafe «Envio de bens ou serviços não solicitados», determina que, «no caso de envio bens ou serviços não encomendados ou solicitados, que não constitua cumprimento de qualquer contrato válido, o destinatário desses bens ou serviços não fica obrigado à sua devolução ou pagamento, podendo conservá-los a título

solicitação, constitui uma prática comercial agressiva<sup>87</sup>, e, de acordo com a LDC, o consumidor não tem o dever de proceder à sua devolução ou compensação, nem tem a responsabilidade pelo risco ou perecimento da coisa<sup>88</sup>.

Relativamente aos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, seja por meio de correspondência ou outro equivalente<sup>89</sup>, a LDC prevê um prazo de sete dias para a resolução do contrato por parte do consumidor, a contar da data de recebimento do bem ou serviço. Entendemos que o legislador, com esta norma, teve como pretensão proteger o consumidor dos contratos celebrados no domicílio e outros equiparados<sup>90</sup>, nomeadamente os celebrados no local de trabalho do consumidor, celebrados em reuniões e celebrados durante uma deslocação organizada pelo fornecedor ou em lugar indicado pelo fornecedor.

### 1.2.3.5. Direito à prevenção e à reparação dos danos

Entre os direitos do consumidor, encontramos a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais<sup>91</sup>, individuais, colectivos e difusos (art.s 4.º, n.º 1, al. e) e 10.º da LDC), ou seja, a lei coloca à disposição do consumidor meios e processos que lhe permitem compelir o fornecedor a reparar financeiramente eventuais danos causados pelo fornecimento de determinado bem ou serviço. Os bens e serviços destinados ao consumo devem ser aptos a satisfazerem os fins a que se destinam, bem como a produzirem os efeitos adequados, para não colocarem em perigo ou risco a saúde e a segurança física do consumidor.

O direito à prevenção e à reparação dos danos traduz-se no direito que o consumidor tem a ser indemnizado pelos prejuízos causados pelo fornecimento de bens ou serviços defeituosos, por assistência deficiente ou por violação (incumprimento) do

---

gratuito», esclarecendo que «a ausência de resposta do destinatário no termos do número anterior não vale como consentimento», estabelecendo ainda que «se, não obstante o disposto nos números anteriores, o destinatário efectuar a devolução do bem, tem direito a ser reembolsado das despesas desta decorrentes no prazo de 30 dias a contar da data em que a tenha efectuado».

<sup>87</sup> Para mais esclarecimentos, veja CARVALHO, Jorge Morais, «Práticas Comerciais Desleais das Empresas face aos Consumidores»: in *Revista de Direito das Sociedades*, Ano III, I, Almedina, Coimbra, 2011, pp. 212 e ss; LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, «As Práticas Comerciais Desleais nas Relações de Consumo»: in *Revista da Ordem dos Advogados*, Ano 71, Lisboa, Abril/Junho, 2011, pp. 423-445.

É considerada prática comercial agressiva aquela que, «devido a assédio, coacção ou influência indevida, limite ou seja susceptível de limitar significativamente a liberdade de escolha ou o comportamento do consumidor em relação a um bem ou serviço...», art. 11.º, n.º 1 do DL n.º 57/2008, de 28 de Março, do Ordenamento Jurídico Português.

<sup>88</sup> Cfr. Art. 15.º, n.º 4 da LDC.

<sup>89</sup> Cfr. Art. 15.º, n.º 5 da LDC.

<sup>90</sup> No ordenamento jurídico português, estes contratos encontram-se regulados no DL n.º 143/2001, de 26 de Abril, referente aos «Contratos Celebrados À Distância, ao Domicílio e Equiparados».

<sup>91</sup> Danos patrimoniais e morais, incluem-se aqui todos os bens que possuem valor económico, bem como todos os direitos que não possuem valor económico, mas não podem ser por isso desrespeitadas e cuja lesão é subsumível a um dano moral, cfr., MAMEDE, Gladston, ob. cit., p. 48.



contrato de fornecimento e, em geral, por todas as práticas ou actos que atentem contra os direitos do consumidor<sup>92</sup>.

A CRA prevê, no art. 78.º, n.º 2, que «o consumidor tem direito a ser protegido no fabrico e fornecimento de bens e serviços nocivos à saúde e à vida, devendo ser ressarcido pelos danos que lhe sejam causados». Com vista à efectivação deste direito, a LDC desenvolve institutos em defesa dos principais valores da personalidade humana (vida, saúde e segurança), tais como responsabilidade<sup>93</sup> pelos danos patrimoniais e morais, resultantes do fornecimento de produtos defeituosos<sup>94</sup> ou da má qualidade dos serviços prestados, bem como da má informação sobre os diferentes bens e serviços, a todos os agentes no mercado de consumo (art. 10.º, n.º 1, conjugado com o art. 9.º, n.º 3, ambos da LDC). Daí advém o princípio da solidariedade passiva, com o objectivo de reforçar as garantias de ressarcimento dos danos que vierem a ser causados ao consumidor.

Para que exista responsabilidade (e conseqüentemente o dever de indemnizar), tem de existir um bem ou serviço defeituoso<sup>95</sup>. Daí a importância da definição jurídica de defeito, que é dada pelo art. 10.º, § 1.º e 4.º da LDC:

O bem é defeituoso «quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando em consideração as circunstâncias relevantes, nomeadamente:

- a) As da sua apresentação;
- b) O uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- c) A época em que foi colocado em circulação».

«O serviço é defeituoso quando não se oferece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, nomeadamente:

- a) O seu modo de funcionamento;
- b) O resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- c) A época em que foi fornecido».

Todavia, a lei assegura não ser justo considerar o produto defeituoso pelo facto de ser colocado no mercado de consumo outro produto com melhor qualidade (art. 10.º, § 2.º da LDC). Sabe-se que o mundo actual conta com um elevado nível tecnológico no processo de produção e de competitividade no que à oferta de bens e serviços respeita, factor que faz com que um determinado produto lançado posteriormente no mercado

---

<sup>92</sup> Cfr. CANITILHO, José Joaquim Gomes. MOREIRA, Vital, *Constituição da República Portuguesa Anotada*, Vol. I, 4.ª Ed., pp. 782-783.

<sup>93</sup> No ordenamento jurídico português, a questão sobre a responsabilidade do produtor pelos danos causados por produtos defeituosos vem prevista no Decreto-Lei n.º 383/89, de 6 de Novembro.

<sup>94</sup> Cfr. CAMPOS, Carlos da Silva, *A Responsabilidade do Produtor pelos Produtos Defeituosos*, Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, Lisboa, 1988, p. 4.

<sup>95</sup> «A responsabilidade pelo facto do bem ou serviço defeituoso decorre da exteriorização de um vício de qualidade, vale dizer, um defeito capaz de frustrar a legítima expectativa do consumidor quanto à utilização ou fruição», cit., *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, Comentado pelos Autores do Anteprojeto*, 6.ª Ed., Forense Universitária, Brasil, 1999, p. 152.

venha quase que automaticamente desvalorizar outro produto lançado anteriormente, por motivos diversos, sendo o mais comum o da concorrência.

Com efeito, pela inserção no mercado de novo produto de qualidade superior ao anterior do mesmo género, não pode o produto anterior ser considerado defeituoso do ponto de vista legal, pois a sua utilidade ou valia não pode ser atacada por superveniente desenvolvimento da ciência e da técnica<sup>96</sup>. Por outro lado, o legislador conforma o defeito do produto [...] «à época em que o mesmo foi posto em circulação» (art. 10.º, § 1.º *in fine* da LDC).

A aferição do responsável pelos danos causados ao consumidor, isto é, a quem atribuir a reparação pelos prejuízos causados, compete ao aplicador da lei determinar. Caso se verifique alguma dificuldade em determinar o responsável, a lei estabelece que responde imediatamente o vendedor ou comerciante, por força da relação mantida com o consumidor (art. 10.º, § 3.º da LDC).

Entretanto, nos art.s 11.º e 12.º da LDC, o legislador traçou dois esquemas para a responsabilização dos intervenientes no mercado de consumo para a área dos bens e para a área dos serviços, respectivamente, estabelecendo várias exigências, com vista a melhor aferir e salvaguardar os bens e serviços destinados ao consumo, segundo as legítimas expectativas do consumidor. No art. 11.º, n.º 1, a LDC impõe ao fornecedor de bens ou serviços que respeite o valor do bem ou serviço medido pela sua qualidade<sup>97</sup> ou quantidade, considerando o desrespeito das exigências estabelecidas como geradores de responsabilidade, sendo esta responsabilidade solidária caso haja mais de um autor<sup>98</sup>, respondendo todos pela reparação do dano causado, isto é, quando o bem se torne impróprio<sup>99</sup> ou inadequado para o consumo.

Todavia, esta responsabilidade não recai unicamente pelo vício sobre a quantidade ou qualidade do bem, incide ainda sobre aqueles que resultam das disparidades em relação às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária.

Sempre que um bem contiver um vício e, por este motivo, for impróprio ou inadequado para o consumo, a lei determina um prazo de 30 dias para que o mesmo seja sanado. Não sendo o vício sanado dentro daquele prazo, pode o consumidor exigir a substituição do bem viciado por outro da mesma espécie ou a restituição da quantia paga<sup>100</sup>.

Para a efectivação do direito à indemnização, garante-se a todo o consumidor o acesso aos órgãos judiciais e administrativos, com vista à prevenção ou reparação de danos

---

<sup>96</sup> Cfr. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 150.

<sup>97</sup> Cfr. *Idem*, p. 151.

<sup>98</sup> Refere CARDOSO, Elionora, *Lei de Defesa do Consumidor...*, p. 124, «o facto do produtor responder pela mesma reparação, mais uma vez vem garantir a segurança jurídica de quem adquire um produto, de que não deixará de poder reclamar dos danos que resultem das anomalias detetadas nos bens [...], mesmo que o vendedor deixe de existir em termos comerciais».

<sup>99</sup> Cfr. Art. 11.º, § único da LDC, trata da questão de se saber o que são bens impróprios para o uso e consumo.

<sup>100</sup> Cfr. Art. 11.º, n.º 2 da LDC.

patrimoniais e morais, individuais, colectivos ou difusos (art. 27. da LDC). Entretanto, em Angola, na resolução de tais conflitos tem sido recurso prioritário a via administrativa<sup>101</sup>, concretamente através da mediação (realizada pelo INADEC).

#### 1.2.4. A Protecção Contratual do Consumidor

As relações entre fornecedores e consumidores evoluíram de forma significativa na economia de mercado e trouxeram à tona a grande preocupação quanto ao equilíbrio entre as partes contratantes, face ao recurso, agora em voga, da utilização de cláusulas preestabelecidas unilateralmente pelo fornecedor, quase sempre mediante condições gerais na maioria dos contratos celebrados com o consumidor, situação que, a par das vantagens consubstanciadas na celeridade na celebração dos contratos, principalmente por parte do fornecedor, faz com que o consumidor se encontre em relativa desvantagem ocasionada pela sua débil intervenção negocial, propiciando que seja injustificadamente prejudicado na relação de consumo, facto que, conseqüentemente, justifica que seja alvo de uma maior protecção face à posição privilegiada em que se encontra o fornecedor.

Com a aprovação da LDC, houve avanços no tratamento da protecção contratual do consumidor, nomeadamente, no art. 16.<sup>o102</sup>, onde encontramos uma lista exemplificativa de cláusulas abusivas, que abordaremos de seguida.

A LDC prevê igualmente a proibição da utilização de qualquer cláusula abusiva, com o objectivo de proporcionar vantagens unilaterais para o fornecedor dos bens e serviços, em total desrespeito pelo princípio da boa fé<sup>103</sup> e da equidade, por força do princípio da igualdade material entre os intervenientes nas diversas relações de consumo (art. 15.º).

O direito contratual angolano, antes centrado de forma inflexível nos princípios clássicos que informam os contratos, viu-se revolucionado com o surgimento da LDC, pelo facto de a mesma actualmente estender o seu leque de princípios e protecção legal a todos os contratos em que exista uma relação de consumo, em claro reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor<sup>104</sup>.

---

<sup>101</sup> Como refere CARDOSO, Elionora, ob. cit., p.150, «...é a vontade do legislador em retirar o mais possível da senda judicial estes conflitos, ainda que a actual jurisprudência judicial nestas matérias seja em maior número, a procura dos consumidores por soluções que passam ser independentes dos tribunais é cada vez mais uma realidade».

<sup>102</sup> Este artigo corresponde ao art. 16.º da LDC portuguesa, ambos determinam a nulidade como consequência da inclusão nos contratos de consumo de cláusulas contratuais que violem os direitos do consumidor.

<sup>103</sup> RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 135, «A cláusula geral da boa fé serve de parâmetro da validade dos negócios de consumo e actua como norma de criação de deveres gerais de conduta».

<sup>104</sup> Para maior desenvolvimento desta questão, cfr., KHOURI, Paulo R. Roque A, ob. cit., pp. 34 e ss.

#### 1.2.4.1. Contratos de adesão e a protecção do consumidor

A produção e a oferta massiva de bens e serviços no mercado de consumo gerou um maior volume de transações comerciais e, conseqüentemente, a necessidade de novas formas de contratação, com vista a garantir a celeridade e eficiência das sobreditas transacções.

Com efeito, o contrato de adesão, um instrumento contratual padronizado, em que uma das partes, não tendo a possibilidade de negociar os termos do contrato, se limita a dar ou não a sua anuência às cláusulas preestabelecidas<sup>105</sup> pelo oferente dos bens ou serviços, assumiu um papel preponderante, constituindo o modelo de contratação-regra, mormente no sector da prestação de serviços de telecomunicações.

Este modelo de contratação difere do modelo de contratação clássico em que os termos do contrato resultam de um acordo de vontades das partes, na medida em que possibilita o exercício de certos abusos contra o consumidor, pois, o oferente ou prestador de serviços, dotado do seu poder negocial unilateral, aparece, por isso, como «a parte mais forte», em contraposição ao aderente-consumidor que, desprovido do mesmo poder negocial, aparece como «a parte mais fraca», tendo por esta via a possibilidade de criar um desequilíbrios na balança contratual a seu favor<sup>106</sup>.

A LDC define contrato de adesão, no art. 19.º, como sendo «aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de bens e serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente o seu conteúdo».

A possibilidade de uma das partes poder dispor do clausulado<sup>107</sup> unilateralmente, sem que a outra parte contratante tenha o mínimo poder de manifestar a sua vontade, faz com que maior parte das relações de consumo sejam desequilibradas<sup>108</sup>.

Por esta razão, o Estado angolano, através da LCGC<sup>109</sup>, criou normas que proíbem certas cláusulas, tendo mesmo condicionado a validade de determinados contratos por beneficiar exageradamente o profissional, em detrimento do consumidor. Tanto a LDC como a LCGC «visam dar resposta às exigências de natureza económica, em salvaguarda do princípio das relações recíprocas entre o fornecedor ou proponente e o consumidor ou

---

<sup>105</sup> Cfr. Neste sentido, RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 136 e ss.

<sup>106</sup> Cfr. ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos I, Conceito, Fonte, Formação*, 5.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2013, p. 167.

<sup>107</sup> CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil Português*, Almedina, Coimbra, 1999, p. 353, define cláusulas contratuais gerais como sendo «proposições pré-elaboradas que proponentes ou destinatários indeterminados se limitem a propor ou a aceitar».

<sup>108</sup> Cfr. *Idem*, p. 137.

<sup>109</sup> Lei n.º 4/03, de Fevereiro - Lei das Cláusulas Gerais dos Contratos. Pode ler-se no preâmbulo: «...Sem prejuízo do princípio da liberdade contratual estabelecer regras gerais aplicáveis aos contratos, que possam constituir, de facto, instrumentos que protegendo a parte mais fraca, menos atenta, menos preparada, permitindo a implantação de uma maior liberdade e igualdade». O art. 1.º, n.º 1 determina que o diploma em causa «é aplicável aos contratos em que, sem prévia negociação individual, os proponentes ou destinatários indeterminados se limitem a subscrever ou a aceitar».

aderente [...] é possível a aplicação conjunta das duas leis, porquanto a LDC não trata exaustivamente destas matérias; por isso a LCGC deve integrar e aperfeiçoar o seu corpo normativo nos aspectos cabíveis às relações de consumo»<sup>110</sup> (art. 1.º, n.ºs 1 e 5 da LCGC).

A LDC estabelece que o contrato não deixa de ser de adesão ainda que sejam inseridas cláusulas no seu formulário (art.º 19.º, § 1.º), quer isto dizer que, caso o consumidor venha a inserir uma ou mais cláusulas, a alteração pela inserção das mesmas nunca é profunda, «devendo ser considerada como do seu total conhecimento apenas a parte modificada»<sup>111</sup>.

Dissemos que os contratos de adesão são contratos cujas cláusulas são elaboradas ou preestabelecidas por um dos contraentes (fornecedor), tornando assim visível o desequilíbrio contratual. Por isso, a lei confere ao consumidor o privilégio da resolução do contrato, sendo esta opção colocada sempre em alternativa (art. 19.º, § 2.º da LDC). Todas as cláusulas que forem redigidas com o intuito de dificultar a compreensão das mesmas por parte do consumidor serão consideradas excluídas do contrato<sup>112</sup>, por contrariedade ao disposto no art. 19.º, § 3 e 4 da LDC.

#### **1.2.4.2. Inclusão no contrato de adesão de cláusulas abusivas: Consequências**

Face à reduzida liberdade contratual de uma das partes nos contratos de adesão<sup>113</sup>, torna-se necessário estabelecer um mecanismo de tutela da parte vulnerável<sup>114</sup>, isto é, sem poder negocial, com vista a prevenir ou eliminar situações contratuais abusivas<sup>115</sup>, pois, «realmente, formulam-se contratos de tal forma que vinculam a parte mais vulnerável contra a sua própria vontade e interesse»<sup>116</sup>.

---

<sup>110</sup> Cit. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 138.

<sup>111</sup> Cit. *Ibidem*.

<sup>112</sup> Cfr. Art. 5.º, da LCGC conjugado com o art. 15.º, n.º 3 da LDC.

<sup>113</sup> Assim, CORDEIRO, António Menezes, ob. cit., p. 355, «os particulares que se limitem a aderir às cláusulas têm, logo à partida, uma escassa liberdade para o fazer; no mesmo sentido, refere MONTEIRO, António Pinto, «A Contratação em Massa e a Protecção do consumidor numa Economia Globalizada»: in *Revista de Legislação e Jurisprudência*, Ano 139.º, n.º 3961, 2010, p. 224, «a liberdade da contraparte fica praticamente limitada a aceitar ou a rejeitar, sem poder realmente interferir, ou interferir de forma significativa, na conformação do conteúdo negocial que lhe é proposto, visto que o emitente das condições gerais não está disposto a alterá-las ou a negociá-las».

<sup>114</sup> Refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos consumidores*, p. 95, «os contratos de adesão pressupõem o poder económico desigual a favor de uma das partes, só assim se compreendendo que a outra aceite as condições idênticas, sem consideração dos seus interesses concretos. As condições contratuais são favoráveis para quem as impõe; são geralmente cláusulas abusivas...».

<sup>115</sup> Como refere MONTEIRO, António Pinto, «Contratos de Adesão: O Regime Jurídico das Cláusulas Contratuais Gerais Instituído pelo Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de Outubro»..., p. 42, a empresa face à sua posição vantajosa e à forma como o contrato é estabelecido, este aproveita-se dessa vantagem para inserir cláusulas abusivas.

<sup>116</sup> Cit. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 142.

A preocupação básica da LDC é o equilíbrio das relações de consumo, através de normas que limitem a autonomia da vontade na celebração dos contratos de consumo, mediante a verificação e proibição de práticas abusivas, com vista a viabilizar as metas de equilíbrio e da transparência<sup>117</sup>.

O legislador angolano, preocupado com as práticas abusivas<sup>118</sup> nas relações de consumo, consagrou na LDC um rol de cláusulas (exemplificativas) que considera eivadas de vício e, por isso, nulas, no art. 16.º, em que prevê uma nulidade atípica, uma vez que só pode ser invocada pelo consumidor ou seu representante<sup>119</sup>, relativamente às seguintes cláusulas: a cláusula por meio da qual o fornecedor se recusa a assumir as suas responsabilidades por desconformidade de qualquer natureza verificada no bem ou serviço, ou que vede o exercício de direitos, como o direito a indemnização pelos danos causados, al. a); a não devolução das parcelas de dinheiro em caso de rescisão do contrato, al. b); a inserção no contrato de cláusulas que exonerem a responsabilidade do fornecedor ou a atribuam a outra pessoa, al. c); a inserção de cláusulas negociais atentatórias da boa fé e da equidade ou que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou seja, «que estabelecem prestações desproporcionadas»<sup>120</sup>, al. d); a inserção de cláusulas que isentem o fornecedor de prestar informações verdadeiras sobre a qualidade de determinado bem ou serviço ao consumidor, transferindo esse ónus para o consumidor, al. e); a inserção de cláusulas em que é imposta a arbitragem forçada, al. f); a inclusão de cláusulas que permitem ao fornecedor atribuir poderes a terceiros para, em nome do consumidor, celebrar contratos de consumo, al. g); cláusula que condiciona a conclusão ou cancelamento do contrato unicamente por vontade do fornecedor, al. h); a inserção no contrato de cláusula de revisão do preço fixado sem acordo das partes, al. i); cláusula de arrependimento do contrato unilateral, ou seja, somente em benefício do fornecedor, al. j); cláusulas que permitem ao fornecedor alterar unilateralmente o conteúdo ou qualidade do contrato, após a conclusão do mesmo, al. k); cláusulas contrárias às normas ambientais<sup>121</sup>, al. l); as cláusulas contratuais que possibilitem a renúncia pelo consumidor do direito de ser indemnizado por benfeitorias necessárias, al. m).

São ainda cláusulas proibidas, por determinação legal, as que prevêem juros de mora por incumprimento das obrigações a seu termo acima de 2% da dívida (§ 1.º do art. 17.º da LDC), pois a estipulação de juros acima da taxa legal de 2% do valor da dívida é considerada excessivamente onerosa para o consumidor e, por isso, nula.

---

<sup>117</sup> Cfr. MAMEDE, Gladston, ob. cit., p. 145.

<sup>118</sup> Neste sentido, refere BARROS, José Manuel de Araújo, *Cláusulas Contratuais Gerais*, Coimbra Editora, Coimbra, 2010, p. 194, «o legislador parte do princípio de que quem predispõe os termos do contrato, tem a ânsia de colher o mais possível frutos dessa posição dominante, tende naturalmente a nele introduzir cláusulas que torcem intoleravelmente o equilíbrio contratual, chegando ao ponto de desrespeitar preceitos imperativos».

<sup>119</sup> Cfr. CORDEIRO, António Menezes, «Da Natureza Civil do Direito do Consumo»..., p. 617.

<sup>120</sup> Cfr. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 143.

<sup>121</sup> MAMEDE, Gladston, ob. cit., p. 158, o Direito do Consumidor, por essa via, traz para o âmbito das relações de consumo a preocupação com o meio ambiente.

O fornecedor, nos contratos de compra e venda mediante pagamento em prestações ou no recebimento em confiança de um bem (fidúcia), não pode sujeitar o incumpridor (consumidor) à perda das prestações pagas e ao retorno do bem adquirido, sob pena de incorrer em nulidade, nos termos do art. 18.º da LDC.

Na génese da LCGC está a defesa dos interesses do consumidor perante situações abusivas<sup>122</sup>, decorrendo do respectivo preâmbulo o circunstancialismo que determina o seu surgimento<sup>123</sup>, a mesma se assume como um diploma de significativa importância no que às cláusulas contratuais gerais se refere.

A LCGC determina que «são proibidas as cláusulas contratuais gerais contrárias à boa fé, tendo em conta os valores e os princípios fundamentais do direito, relevantes em face da situação concreta»<sup>124</sup>. Estabelece, nos seus vários artigos, cláusulas absoluta e relativamente proibidas, consoante se trate de relações entre comerciantes e/ou equiparados ou de relações com consumidores finais.

Tratando-se de relações com consumidores finais, são proibidas tanto as cláusulas indicadas na secção II sobre as relações entre comerciantes e/ou equiparados (art.s 9.º a 11.º da LCGC)<sup>125</sup>, como as cláusulas constantes da secção III (art.s 12.º a 14.º). Neste diploma, o legislador parte de um «conceito muito amplo de consumidor, que não apenas o consumidor final, mas que engloba os próprios empresários e entidades equiparadas, também muitas vezes vítimas de cláusulas ilícitas que, de certo modo, se farão repercutir no consumidor»<sup>126</sup>.

Na ordem jurídica portuguesa, as normas sobre as relações entre empresários ou entidades equiparadas e consumidores finais vêm previstas nos art.s 18.º a 22.º da LCCG<sup>127</sup>, em que se prevêem cláusulas consideradas absoluta e relativamente proibidas<sup>128</sup>.

Cláusulas absolutamente proibidas<sup>129</sup> (art. 13.º) são aquelas cuja validade resulta directa e imediatamente da lei, e são relativamente proibidas (art. 14.º) aquelas cuja validade fica dependente do juízo de valoração efectuado pelo aplicador da lei, tendo em conta o

---

<sup>122</sup> Cfr. Art. 1.º da LCGC.

<sup>123</sup> Cfr, FERNANDES, Orlando, *O Dever de Informação na Lei Angolana sobre as Cláusulas Contratuais Gerais*, tese de mestrado apresentada na faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2004, p. 111.

<sup>124</sup> Cfr. Art. 8.º da LCGC.

<sup>125</sup> Entende MONTEIRO, António Pinto, «A Contratação em Massa e a Protecção do consumidor numa Economia Globalizada», p. 228, que o legislador, ao tomar essa atitude, teve em atenção os interesses do consumidor.

<sup>126</sup> Cit. CAMPOS, Carlos da Silva, *Contratos de Adesão e Defesa do Consumidor*, Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, Lisboa, 1990, p. 36.

<sup>127</sup> DL n.º 446/85, de 25 de Outubro.

<sup>128</sup> Para maior abordagem veja, PRATA, Ana, *Contratos de Adesão e Cláusulas Contratuais Gerais*, Almedina, Coimbra, 2010, p. 463 e ss.

<sup>129</sup> Entende MONTEIRO, António Pinto, ob. cit., p. 229, que o elenco das cláusulas absoluta ou relativamente proibidas constantes da LCCG, não impede que outras cláusulas que não constem naquele elenco possam vir a ser proibidas por decisão judicial.

conjunto de circunstâncias envolventes e o tipo de contrato em que a cláusula estiver inserida<sup>130</sup>.

Os contratos elaborados com recurso às cláusulas contratuais gerais devem conformar-se com as normas constantes da LCGC<sup>131</sup>. Porém, na prática negocial, os operadores económicos, na sua desmedida busca de vantagens, incluem cláusulas por vezes contrárias àquelas normas, sujeitando-se, com efeito, à consequência da nulidade<sup>132</sup> (art. 15.º da LCGC).

O art. 16.º, n.º 1, da LCGC, conjugado com o § 2.º, do art. 16.º da LDC, consagram o princípio da conservação do contrato<sup>133</sup>, prevendo que a integração de cláusulas consideradas nulas num determinado contrato determina automaticamente a sua invalidade, conferindo, entretanto, ao aderente/consumidor a faculdade de optar pela sua manutenção.

«Trata-se de regimes de protecção do contraente fraco que se compreendem, pois, a não existirem, a nulidade da cláusula poderia prejudicar o aderente, já que o regime geral é o de, se não houver acordo dos contraentes, só o tribunal poder decidir, nos termos da lei e da prova por ela imposta, se o contrato pode manter-se, apesar da nulidade de uma ou de várias das suas cláusulas, e se, não se mantendo, pode ser convertido, ou não, em contrato diverso no tipo ou no conteúdo»<sup>134</sup>.

Se o consumidor optar pela manutenção do contrato, sem as cláusulas proibidas e, como tal, nulas, então as «matérias que eram reguladas por essas cláusulas passarão a sê-lo pelas normas gerais, designadamente as constantes do Código Civil»<sup>135</sup>.

Contrariamente, caso o consumidor não opte pela manutenção do contrato ou se, tendo optado pela sua manutenção, o contrato se mostrar desequilibrado, por atentar contra a boa fé<sup>136</sup>, então aplica-se o regime da redução dos negócios jurídicos, previsto no

---

<sup>130</sup> Cfr. Neste sentido, BARROS, José Manuel de Araújo, ob. cit., p. 193; segundo o mesmo autor, as proibições concernentes as cláusulas absolutamente proibidas, «não dependem de uma valoração a posteriori, visam tendencialmente cláusulas que já seriam proibidas por força de outros preceitos», ob. cit., mesma página.

<sup>131</sup> Art.s 8.º a 24.º do referido diploma.

<sup>132</sup> «...A nulidade da cláusula significa que pode ser invocada a todo o tempo (art. 286 do CC), que não é sanável e que tudo se passa como se ela nunca tivesse existido (art. 289.º do CC). Assim, se alguns pagamentos tiverem sido efectuados ao abrigo de tal cláusula, a sua declaração de nulidade, implica a restituição de tais pagamentos», cit., FERREIRA, Manuel Ataíde. RODRIGUES, Luís Silveira, *Cláusulas Contratuais Gerais*, DECO, Lisboa, 2011, p. 79.

<sup>133</sup> Para maior aprofundamento deste princípio veja, KHOURI, Paulo R. A, ob. cit., p. 133.

<sup>134</sup> Cit. PRATA, Ana, ob. cit., p. 314; entende a mesma autora que «em rigor, o que a lei permite ao aderente é que ele realize, unilateralmente, o juízo sobre o carácter essencial ou acessório do elemento contratual nulo», ob. cit., mesma página.

<sup>135</sup> Cit. FERREIRA, Manuel Ataíde. RODRIGUES, Luís Silveira, ob. cit., p. 80; no mesmo sentido, BARROS, José Manuel de Araújo, ob. cit., p. 163.

<sup>136</sup> Entende PRATA, Ana, ob. cit., p. 318, se a boa fé prevista como princípio geral de apreciação das cláusulas contratuais gerais no artigo 15.º da Lei das Cláusulas Contratuais Gerais (corresponde ao art. 16.º da LCGC angolana), for efectivamente aplicada, será suficiente para ser invocada (a boa fé) em quase todos os casos, com vista a proteger o aderente/consumidor de um contrato justificadamente não querido na totalidade.



art. 292.º do CC, e o contrato mantém-se válido, salvo se se concluir que, sem as cláusulas tidas como nulas, as partes não teriam querido celebrar o contrato<sup>137</sup>.

### 1.2.4.3. O equilíbrio interno nos contratos de consumo

O objectivo da LDC ao proteger o consumidor não é apenas a protecção em si, mas a busca permanente do equilíbrio contratual entre o consumidor e o fornecedor de bens e serviços. Este é, em princípio, o mais forte economicamente, e em condições de impor a sua vontade unilateralmente, com o intuito de conseguir maiores vantagens económicas contra o consumidor nas relações de consumo<sup>138</sup>.

Ao reconhecer direitos ao consumidor e não aos fornecedores, a LDC teve como finalidade não só a protecção do consumidor face à posição vantajosa do profissional nas relações de consumo<sup>139</sup>, mas também a protecção do mercado<sup>140</sup>, pois «um dos principais objectivos da legislação de consumo passa por estimular a confiança do consumidor, para que este adquira mais bens e serviços»<sup>141</sup>, contribuindo desta forma para o desenvolvimento do mercado.

Para garantir essa confiança, a lei proíbe a inserção nos contratos de consumo de cláusulas abusivas e determina que, nas relações de consumo, deve haver igualdade material dos intervenientes na mesma relação, respeitando o princípio da boa fé e da lealdade, nos preliminares, na formação e na vigência dos contratos, protegendo-se, deste modo, os interesses económicos do consumidor (art. 15.º da LDC).

«O princípio da boa fé ajusta-se a – e contribui para – uma visão do direito em conformidade com o que subjaz ao Estado de Direito Social dos nossos dias, intervencionista e preocupado por corrigir desequilíbrios e injustiças, para lá das meras justificações formais»<sup>142</sup>.

---

<sup>137</sup> Cfr. FERREIRA, Manuel Ataíde. RODRIGUES, Luís Silveira, ob. cit., p. 80; o mesmo sentido, PRATA, Ana, *Contratos de Adesão e Cláusulas Contratuais Gerais*, p. 322.

<sup>138</sup> Cfr. KHOURI, Paulo R. A, ob. cit., p. 41.

<sup>139</sup> Cfr. Neste sentido, CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2013, p. 19.

<sup>140</sup> Como refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, «A crise do Direito do Consumo»: in *a Crise e o Direito*, Colecção SPEED, Vol. 6, Almedina, Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa, Coimbra, 2013, p. 216, «o direito do consumo tem como objectivos o ajustamento às condições dos mercados e a melhoria geral do nível de vida e do bem-estar».

<sup>141</sup> Cit. *Ibidem*.

<sup>142</sup> Cit. PINTO, Carlos Alberto da Mota. MONTEIRO, António Pinto. PINTO, Paulo Mota, *Teoria Geral Do Direito Civil*, 4.ª Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2012, p. 124.

#### 1.2.4.4. O princípio da boa fé objectiva

Com o surgimento da sociedade de massa e a intensificação da produção, comercialização, consumo e procura de vastangens económicas, criaram-se muitos desequilíbrios nas relações de consumo.

A LDC procurou sistematizar esta nova realidade, através de regras protectoras, com o intuito de buscar o equilíbrio e a justiça nas relações obrigacionais de consumo. Deste modo, passou-se de uma visão individualista do Direito<sup>143</sup> para uma visão social que valoriza a sua função garantidora do equilíbrio e da protecção da confiança<sup>144</sup> e das legítimas expectativas nas relações de consumo. Este sistema de defesa do consumidor trouxe ao ordenamento jurídico angolano a boa fé objectiva, como um suporte ético nessa nova concepção do Direito Privado<sup>145</sup>.

Aplicado aos contratos, o princípio da boa fé em sentido objectivo constitui uma regra de conduta segundo a qual os contratantes devem agir de modo honesto, correcto e leal, não só impedindo assim comportamentos desleais, como impondo deveres de colaboração entre eles<sup>146</sup>. É neste sentido que os art.s 227.º n.º 1 do CC e 15.º, n.º 1 da LDC falam das regras da boa fé na formação dos contratos e não só, acompanhando também a relação contratual desde o seu nascimento, permanecendo durante toda a sua vida e subsistindo após a sua extinção<sup>147</sup>.

O princípio da boa fé objectiva está presente na proibição ao fornecedor da adopção de determinadas condutas, entre elas o fornecimento de bens e serviços não adequados para o consumo e a veiculação da publicidade enganosa ou abusiva (art.s 20.º e 21.º, n.º 3 da LDC). Também é com este fundamento que a LDC dispõe que são nulas as cláusulas contratuais gerais, consideradas abusivas, inseridas nos contratos celebrados entre consumidores e fornecedores.

O mesmo princípio impõe que as partes ajam com lealdade e transparência, que os contratos sejam redigidos de forma clara e precisa [...] e que tragam todas as informações relevantes referentes ao contrato a celebrar (art. 20.º, n.º 2 da LDC).

A boa fé objectiva, como cláusula geral<sup>148</sup>, tem maior incidência nos contratos de adesão, pois, como vimos, uma das partes tem a faculdade de elaborar ou preestabelecer

---

<sup>143</sup> Como refere CORDEIRO, António Menezes, *Tratado de Direito Civil*, I, 4.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2012, p. 960, a boa fé «...facultou um esforço geral, no sentido de desformalizar o Direito, de modo a obter soluções fundadas no próprio mérito substancial das causas a decidir».

<sup>144</sup> Cfr., MONTEIRO, Ana Paula dos Santos, ob. cit., p. 14; CORDEIRO, António Menezes, ob. cit., p. 969 e ss.

<sup>145</sup> «A boa fé é hoje um princípio fundamental da ordem jurídica, particularmente relevante no campo das relações civis e mesmo, de todo o Direito Privado», cit., PINTO, Carlos Alberto da Mota. MONTEIRO, António Pinto. PINTO, Paulo Mota, ob. cit., p. 125.

<sup>146</sup> Cfr. *Idem*, p. 126.

<sup>147</sup> Cfr. *Idem*, p. 126; no mesmo sentido, KHOURI, Paulo R. Roque A, ob. cit., p. 105.

<sup>148</sup> Refere SOUSA, Rabindranath Capelo de, *Teoria Geral do Direito Civil*, Vol. I, Coimbra Editora, Coimbra, 2003, p. 93, a boa fé objectiva como princípio geral de direito envolve uma cláusula geral que permite ao juiz tomar decisão aos casos concretos.

unilateralmente as cláusulas contratuais gerais que passarão a reger o respectivo contrato, ficando a outra parte sujeita à sua aceitação ou não.

Neste sentido, a cláusula geral da boa fé objectiva exerce uma função limitadora do direito subjectivo de contratar<sup>149</sup>, evitando assim que o fornecedor, por via da proposta a que vai aderir o consumidor, prevaleça na sua condição de superioridade para vincular contratualmente o consumidor, sendo comum neste tipo de vínculo contratual um enorme desequilíbrio entre as partes.

Nestes termos, cabe ao intérprete casuisticamente avaliar o conteúdo da relação negocial, para indagar se o fornecedor se prevaleceu da sua condição de «mais forte» para impor ao consumidor cláusulas portadoras de flagrante desequilíbrio, repondo assim o equilíbrio contratual, com base no princípio da boa fé objectiva.

### 1.3. Lei Geral da Publicidade

#### 1.3.1. A publicidade

A publicidade é, nos dias de hoje, um dos instrumentos<sup>150</sup> mais utilizados pelo fornecedor, com o propósito de fazer com que os seus produtos ou serviços sejam do conhecimento de todos, tendo efectivamente uma quota parte de responsabilidade no aumento das vendas e na colocação e escoamento dos diversos bens e serviços que se publicitam<sup>151</sup>.

Quando falamos da publicidade, é necessário que tomemos algumas precauções quanto à sua difusão, porque «ela é idealizada, produzida e veiculada com vista a convencer o público consumidor»<sup>152</sup> a adquirir os bens ou serviços publicitados. Este convencimento normalmente ocorre mediante persuasão do consumidor, no sentido de manter certos hábitos de consumo ou de modificar esses mesmos hábitos<sup>153</sup>. Convencer o público consumidor a adquirir bens e serviços e mudar os hábitos de consumo através da publicidade<sup>154</sup> faz com que, muitas das vezes (se não mesmo na maioria), os operadores

---

<sup>149</sup> Cfr. KHOURI, Paulo R. A, ob. cit., p. 106.

<sup>150</sup> Cfr. Neste sentido, CORDEIRO, António Menezes, «Da Natureza Civil do Direito do Consumo»..., p. 625; acrescenta o mesmo autor que a publicidade actualmente constitui um elemento essencial de toda a actividade económica; ob. cit., p. 629.

<sup>151</sup> Cfr. GERALDES, Ana Luísa, *O Direito da Publicidade*, Instituto do Consumidor, Lisboa, 1999, p. 12.

<sup>152</sup> Cit. KHOURI, Paulo R. Roque A, ob. cit., p. 75.

<sup>153</sup> Cfr. Neste sentido, refere LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, «O Direito do Consumo: Autonomização e Configuração Dogmática»..., p. 14, «...esbatendo-se as condições de concorrência e acentuando-se uma massificação do consumo, o consumidor fica colocado em desvantagem, sem informação, formação e educação que lhe permitam fazer escolhas racionais dos produtos mais aptos para a satisfação das suas necessidades...».

<sup>154</sup> Refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos do Consumidor*, p. 78, «a publicidade é muitas vezes criticada como instrumento de criação artificial de necessidades e sobrevalorização de produtos e serviços nem sempre adequados, tudo em função da pressão duma produção em quantidade que se terá transformado em objectivo primordial da actividade económica».

económicos ajam de forma desleal, dando assim origem a uma prática comercial desleal<sup>155</sup>, facto que nos parece ter sido determinante para que o legislador inserisse a matéria sobre a publicidade no Capítulo V da LDC, sobre as práticas comerciais.

### 1.3.2. O dever de informar e a publicidade

A informação<sup>156</sup> contribui para a melhoria do conhecimento completo, claro e objectivo do bem ou serviço publicitado, representando igualmente um factor que influencia significativamente a decisão do consumidor em relação à aquisição de certo bem ou serviço, bem como os seus hábitos de consumo, devendo, com efeito, ser verdadeira, não podendo conter dados falsos nem imprecisos, por força do princípio da veracidade<sup>157</sup> da mensagem publicitária cuja infracção é susceptível de ser qualificada como publicidade enganosa ou abusiva.

Na ordem jurídica angolana não há um diploma específico como na ordem jurídica portuguesa, onde existe o DL n.º 57/2008, que regula as práticas comerciais desleais das empresas e também um Código da Publicidade<sup>158</sup>.

Nos termos do art. 5.º, n.º 1 do DL 57/2008, é desleal (em geral) «qualquer prática comercial desconforme à diligência profissional, que distorça ou seja susceptível de distorcer de maneira substancial<sup>159</sup> o comportamento económico do consumidor seu destinatário ou que afecte este relativamente a certo bem ou serviço». Vê-se claramente que a preocupação do legislador português, na criação do diploma regulador das práticas comerciais desleais das empresas, foi (e é) a protecção do consumidor nas relações de consumo.

A nossa LDC não contém uma definição de publicidade, todavia, a mesma é-nos dada pela LGP<sup>160</sup>, no seu art. 2.º, n.º 1, segundo o qual é «toda a forma de emissão de mensagem com o fim de atrair a atenção do público para um determinado bem ou serviço, incluindo direito e obrigações»<sup>161</sup>.

---

<sup>155</sup> Entende LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, «As Práticas Comerciais Desleais nas Relações de Consumo»: in *Revista da Ordem dos Advogados*, p. 423, «um dos sectores fundamentais para a tutela do consumidor consiste na sua defesa contra as práticas comerciais desleais e agressivas, situação que na actual sociedade de consumo assume cada vez relevância».

<sup>156</sup> ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos Consumidores*, p. 78, «sendo a informação um elemento de transparência do mercado, a informação errónea ou tendenciosa pode gerar a opacidade».

<sup>157</sup> Cfr. Art. 10.º da LGP.

<sup>158</sup> DL n.º 330/90, de 23 de Outubro.

<sup>159</sup> Distorcer substancialmente significa «...a realização de uma prática comercial que prejudique sensivelmente a aptidão do consumidor para tomar uma decisão esclarecida, conduzindo-o, por conseguinte, a tomar uma decisão de transacção que não teria tomado de outro modo», art. 3.º, al. e) do DL n.º 57/2008.

<sup>160</sup> Lei n.º 9/09, de 30 de julho.

<sup>161</sup> «É ainda considerada publicidade a difusão de qualquer mensagem que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instruções, que não seja propaganda política», n.º 2 do artigo citado.

O código da Publicidade portuguesa define publicidade como sendo «qualquer forma de comunicação feita por entidades de natureza pública ou privada, no âmbito de actividade comercial, industrial, artesanal ou liberal, com o objectivo directo ou indirecto de:

- a) Promover, com vista à sua comercialização ou alinação, quaisquer bens ou serviços;
- b) Promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições.

Considera-se também publicidade qualquer forma de comunicação da Administração Pública, não prevista no número anterior, que tenha como objectivo, directo ou indirecto, promover o fornecimento de bens ou serviços», art. 3.º, n.ºs 1 e 2. Esta definição parece-nos ser mais completa, por se referir claramente às entidades e ao âmbito de inserção da publicidade.

A publicidade rege-se juridicamente por diversos princípios, entre os quais vigora o do respeito pelos direitos do consumidor, consagrado no art. 12.º da LGP, segundo o qual a publicidade não deve atentar contra os direitos dos consumidores.

Este princípio tem igualmente consagração constitucional, por via do art. 78.º, n.º 3 da CRA. Segundo o art. 21.º, n.º 1 da LDC, a publicidade deve ser lícita, inequivocamente identificada e respeitar a verdade e os direitos do consumidor. Por sua vez, o art. 9.º do mesmo diploma estabelece que o fornecedor de bens e serviços deve informar de forma clara, objectiva e adequada o consumidor, sobre o período de vigência do contrato, garantias, prazos, etc.

Derminado produto pode ser produzido com melhor tecnologia sem apresentar defeito algum, mas se o consumidor não é informado clara e adequadamente sobre a forma como o utilizar, evitando deste modo sua exposição a riscos de acidentes de consumo, o fornecedor responde pelos danos causados, como se houvesse um defeito de concepção ou de fabrico<sup>162</sup>.

O princípio da licitude entendido como o princípio de todos os princípios<sup>163</sup> que regem a publicidade, consiste na preservação da ordem pública social, que não poderá ser afectada pela publicidade ilícita. Isto implica por parte de todos os operadores económicos que pretendam comercializar por via da publicidade os seus bens ou serviços, «o respeito pela lei, pelos valores, princípios e instituições fundamentais para a vida em sociedade, tais como a liberdade, a democracia, a igualdade, a privacidade, a dignidade humana, a paz, a segurança [...], valores que estão consagrados constitucionalmente e cujas violações constituem infracções muito graves»<sup>164</sup>.

---

<sup>162</sup> Cfr. KOURI, Paulo R. Roque A, ob. cit., p. 76.

<sup>163</sup> Cfr. CHAVES, Rui Moreira, *Regime Jurídico da Publicidade*, Almedina, Coimbra, 2005, p. 188.

<sup>164</sup> Cit. *Ibidem*.

O legislador consagrou no art. 9.º da LDC alguns dos direitos fundamentais entre aqueles que são reconhecidos ao consumidor, com o objectivo de proporcionar ao consumidor uma escolha consciente, pelo facto de que nas sociedades de consumo, incentivadas pelo mercado aberto, vigora o princípio da livre concorrência<sup>165</sup>, factor que leva o legislador a impor uma protecção adequada dos consumidores, através de formas operativas eficazes<sup>166</sup>. Essa protecção estende-se à regulamentação do exercício da publicidade e da actividade publicitária, tendo como linha orientadora a protecção dos «interesses legítimos do consumidor, através da salvaguarda dos interesses económicos e da defesa da sua integridade, saúde e segurança<sup>167</sup>».

A publicidade deve ser feita respeitando os princípios da licitude, identificabilidade, veracidade, livre e leal concorrência e os direitos do consumidor (art.s 21.º da LDC e 7.º da LGP), e, para que se efective, é necessário que o conteúdo da publicidade seja útil para o consumidor e não se transforme num obstáculo à livre escolha face à sua vulnerabilidade<sup>168</sup>, evitando, deste modo, situações que configurem publicidade enganosa ou abusiva.

### **1.3.3. A publicidade enganosa e abusiva**

Com a globalização, o consumidor passou a ter ao seu dispor uma gama de bens e serviços com elevada facilidade. Do lado contrário, encontramos o fornecedor desejoso de satisfazer as necessidades desse consumidor, assumindo os meios de comunicação o elo de ligação entre consumidor e fornecedor, sendo a publicidade a principal ferramenta de divulgação<sup>169</sup> dos seus bens e serviços. Atraído por uma avalanche de ofertas, o consumidor nem sempre toma uma decisão racional do que adquire. Face à sua vulnerabilidade, alguns fornecedores utilizam as chamadas publicidades enganosas e abusivas, visando lucro fácil ou maior, prejudicando o consumidor e o mercado<sup>170</sup>.

Entretanto, na LDC, de forma expressa, proíbe-se tanto a publicidade enganosa como a abusiva (art. 21.º, n.º 3 da LDC).

Entende-se por publicidade enganosa «qualquer modalidade de informação ou comunicação de carácter publicitário, inteira ou parcialmente falsa ou capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e qualquer outro dado sobre bens e serviços, e abusiva, a publicidade discriminatória de qualquer natureza que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite

---

<sup>165</sup> O art. 11.º, n.º 1 da LGP determina que «a publicidade sujeita-se à livre concorrência, sendo-lhes aplicáveis com as devidas adaptações normas do direito comercial».

<sup>166</sup> Cfr. GERALDES, Ana Luísa, ob. cit., p. 159.

<sup>167</sup> Cfr. *Ibidem*.

<sup>168</sup> Cfr. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 123.

<sup>169</sup> Cfr. Neste sentido, KHOURI, Paulo R. Roque A, ob. cit. p. 79.

<sup>170</sup> [www.fap.com.br](http://www.fap.com.br). Visto às 15/10 de 20-05-2013.

valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a comportar-se de forma prejudicial ou perigosa à saúde ou segurança»<sup>171</sup>.

Nestes termos, no que diz respeito à publicidade enganosa, temos como critério interpretativo o de que estamos perante uma publicidade enganosa na ausência de veracidade<sup>172</sup> da informação<sup>173</sup> e da sua essencialidade. A falta de veracidade pode decorrer tanto da informação total ou parcialmente falsa, bem como da omissão de informação essencial<sup>174</sup> (art. 21.º, n.º 3 da LDC).

A publicidade enganosa afecta não apenas o consumidor, mas também o próprio mercado, provocando distorção no processo decisório do consumidor, levando-o a adquirir bens ou serviços que, de outro modo, não adquiriria<sup>175</sup>. Entretanto, isso só é possível caso o operador económico aja em conformidade com a diligência profissional<sup>176</sup>. Caso contrário, estar-se-á diante de uma prática comercial desleal, por violar o direito deste à informação<sup>177</sup> e o princípio da veracidade.

A definição de «prática comercial da empresa nas relações com os consumidores, na ordem jurídica portuguesa, consta do art. 3.º al. d) do DL n. 57/2008, que considera como tal «qualquer acção, omissão, conduta ou afirmação de um profissional, incluindo a publicidade e a promoção comercial, em relação directa com a promoção, a venda ou o fornecimento de um bem ou serviço ao consumidor».

«A noção é bastante ampla no que respeita à materialização do comportamento do profissional, podendo estar em causa qualquer acção ou omissão. A conduta e afirmação a

---

<sup>171</sup> Art. 21.º, n.º 3 § 1.º e 2.º da LDC.

<sup>172</sup> JOSÉ, Pedro Quartim Graça Simão, *O Novo Direito da Publicidade*, Vislis Editores, Lisboa, 1998, p. 52, «o princípio da veracidade ou da verdade tem como objectivo primordial a defesa dos consumidores e destinatários finais das mensagens e dos seus interesses, tentando evitar que esses possam ser induzidos em erro ou que a sua vontade de aquisição possa ser viciada aquando da construção da decisão de comprar um produto ou serviço».

<sup>173</sup> Cfr. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 129.

<sup>174</sup> No mesmo sentido, refere CENAVIVA, Walter, *Publicidade e Direito do Consumidor*, Editora dos Tribunais, São Paulo, 1991, p. 19, só se considera o engano quando se deixar de transmitir um dado essencial do produto ou serviço, ou seja, «dado sem o qual é impossível para o consumidor conhecer o produto ou serviço divulgado».

<sup>175</sup> Cfr. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto*, pp. 283-284.

<sup>176</sup> O art. 3.º, al. h) do DL n.º 57/2008, define diligência profissional como «o padrão de competência especializada e de cuidado que se pode razoavelmente esperar de um profissional nas sua relações com consumidores, avaliado de acordo com a prática honesta de mercado e ou com o princípio da boa fé no âmbito da actividade profissional»; entende LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, «As Práticas Comerciais Desleais nas Relações de consumo», p. 426, estão compreendidos nesse conceito os padrões éticos pelos quais o agente económico deve pautar a sua actividade; CARVALHO, Jorge Morais, «Práticas Comerciais Desleais das Empresas face aos consumidores», p. 191, entende como critério para aferir a desconformidade da prática comercial do profissional o da «expectativa razoável, avaliada objectivamente, tendo em conta a competência e cuidado de um profissional normal na relação com os consumidores»; no mesmo sentido, OLIVEIRA, Elsa Dias, «Práticas Comerciais Proibidas»: in *Estudos do Instituto de Direito do Consumo*, Vol. III, Instituto de Direito do Consumo, Almedina, Coimbra, 2006, p. 151.

<sup>177</sup> Cfr. Neste sentido, ASCENSÃO, José de Oliveira, *Concorrência Desleal*, Almedina, Coimbra, 2002, p. 136; refere o mesmo autor que «o desenvolvimento das leis de defesa do consumidor revelou que actividades combatidas como concorrência desleal, também o eram por outras leis, mas nessas por serem lesivas dos interesses do consumidor», ob. cit., p. 134.

que o preceito legal citado alude constituem comportamentos activos, podendo ser incluídos na noção de acção[...], no entanto, a noção é limitada pela exigência de uma relação directa da acção ou omissão com um bem ou serviço, independentemente de se tratar de sua promoção, venda ou fornecimento. Se a relação com o bem ou serviço não for directa, considera-se não existir prática comercial para efeitos do diploma»<sup>178</sup>.

Assim, para que a publicidade seja considerada como não ofensiva da veracidade esta deve não só conter informações verdadeiras, como também não pode deixar de fornecer dados essenciais<sup>179</sup> sobre o bem ou serviço anunciado.

Com o mesmo rigor legal em relação a estas matérias, o art. 16.º, n.º 1 da LGP impede a generalidade das acções publicitárias de carácter enganador, isto é, susceptíveis de induzirem o consumidor em erro, por recurso a formas publicitárias que violem o princípio da veracidade ou que omitam dados essenciais, ou dados exagerados ou ambíguos. A mesma norma, no seu n.º 2, enumera as situações que conduzem ao engano do consumidor. Este preceito enuncia os elementos essenciais para a determinação do carácter enganoso da publicidade.

Quanto à publicidade abusiva, não é fácil<sup>180</sup> encontrar um critério-base para a identificar. Pode perceber-se que o que o legislador pretende evitar com a publicidade abusiva é que esta possa induzir o consumidor a ter um comportamento prejudicial a si mesmo ou à própria colectividade, estando esta conduta prejudicial ligada a qualquer aspecto relevante da sua vida, como a saúde e a segurança.

Para aferirmos se estamos perante uma publicidade abusiva (art. 21.º, n.º 3 § 2.º da LDC), é necessário termos em conta todas as situações previstas para publicidade enganosa, tomando como referência o critério da veracidade da mensagem.

Por outro lado, a LDC identifica diferentes condutas como sendo abusivas e proibidas, quando ocorrem práticas com o intuito de prejudicar o consumidor, mediante acções maléficas (art. 22.º), como a de induzir o consumidor a adquirir um produto ou um bem não desejado, al. c), o aproveitar-se da fragilidade de certas pessoas (idosos, crianças, incapazes ou inabilitados, pessoas de baixos recursos) para, nessa condição, realizar o seu negócio, al. d), etc.

Esse preceito procura coibir práticas que possam lesar os direitos e interesses do consumidor, bem como impor ao fornecedor a observância das normas técnicas

---

<sup>178</sup> Cit. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 190; no mesmo sentido, LEITÃO, Luís Manuel de Menezes, ob. cit., p. 425, trata-se de uma noção com uma abrangência muito ampla, «que permite incluir toda e qualquer conduta do profissional praticada nos preliminares ou na formação dos negócios de consumo e com estes relacionados».

<sup>179</sup> Cfr. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto*, p. 293.

<sup>180</sup> Cfr. KHOURI, Paulo R. Roque A, ob. cit., p. 81.



administrativas para colocar bens ou serviços no mercado, impedindo assim o regime disposto na LDC possíveis lesões nas relações jurídicas de consumo<sup>181</sup>.

A LDC não faz nenhuma referência a publicidade oculta ou dissimulada, estando a mesma prevista no art. 15.º da LGP, como «qualquer comunicação publicitária não divulgada de maneira clara e precisa, não sendo por isso perceptível pelos destinatários com o objectivo de obter uma vantagem ilícita». Por exemplo, imagens televisivas que possuem um tempo de exposição curta demais para serem percebidas conscientemente, ou sons baixos demais para serem claramente identificados.

Neste sentido, o Código português da Publicidade, estabelece que «é vedado o uso de imagens subliminares ou outros meios dissimuladores que explorem a possibilidade de transmitir publicidade sem que os destinatários se apercebam da natureza publicitária da mensagem; na transmissão televisiva ou fotográfica de quaisquer acontecimentos ou situações, reais ou simulados. É proibida a focagem directa e exclusiva da publicidade aí existente; considera-se publicidade subliminar [...] a que, mediante o recurso a qualquer técnica, possa provocar aos destinatários percepções sensoriais de que não chegue a tomar consciência» (art. 9.º, n.ºs 1, 2 e 3).

A lei fundamental, no art. 78.º, n.º 3, expressamente proíbe todas as formas de publicidade oculta, indirecta ou enganosa. Como vimos, a publicidade deve respeitar o princípio da identificabilidade, segundo o qual «toda a publicidade tem de ser inequivocamente identificada como tal, independentemente da forma ou meio de difusão utilizado» (art. 9.º da LGP).

É ainda proibida, de acordo com o art. 17.º, toda a publicidade que apele ou encoraje comportamentos prejudiciais à saúde e à segurança do consumidor, em virtude de deficiência ou falta de informação sobre a perigosidade do produto ou serviço, al. a), assim como publicidades atentatórias do meio ambiente, al. b) e que não respeitem os padrões de segurança do consumidor (art.17.º, n.º2). Este preceito legal vem claramente proteger o consumidor de todas as situações lesivas dos seus direitos.

O art. 21.º da mesma lei regula a publicidade comparativa, que se traduz na actividade publicitária, cujo fim é a promoção das reais especificações do bem ou serviço, bem como a comparação de bens ou serviços sem semelhanças ou desconhecidos.

Apesar de algumas situações consideradas como «perigosas» (a preferência de produtos estrangeiros em detrimento do nacional), a publicidade comparativa<sup>182</sup> é de extrema importância para o desenvolvimento económico do mercado, fazendo com que se melhore a qualidade dos produtos e serviços, com que se pratiquem preços mais justos e se proporcione ao consumidor uma melhor escolha face à diversidade de bens e serviços

---

<sup>181</sup> Cfr. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 131.

<sup>182</sup> RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 131, discorda do preceito relativo à publicidade comparativa, pelo facto de ressaltar de imediato a diminuída importância protectora dos produtos no mercado nacional, em regra menos ou nada conhecidos, num país despido de legislação sobre a concorrência desleal [...], pois, através das comparações, pode-se pôr em causa a livre escolha do consumidor.

colocados à sua disposição. Desde que, a publicidade comparativa sujeita-se ao princípio da veracidade e da licitude e ao total respeito pelos direitos do consumidor.

Havendo prejuízos por parte do consumidor pelo conteúdo da mensagem publicitada, os agentes económicos respondem civilmente, nos termos do art. 463.º do CC (art. 38.º do CC), podendo, em muitos casos, responder criminalmente<sup>183</sup>, como reza o art. 14.º da Lei Geral da Publicidade, quando a mensagem publicitada instigue, estimule ou apele à violência, atente contra a constituição, a dignidade da pessoa humana, instigue ao cometimento de acções atentatórias da segurança, integridade e independência do Estado, etc.

Na ordem jurídica portuguesa, a violação das disposições constantes do Código da Publicidade constitui contra ordenação punível com coimas (pena principal) e penas acessórias, como a interdição temporária por um período máximo de dois anos, de exercer a actividade publicitária. A coima varia consoante o infractor seja pessoa singular ou colectiva, em conformidade com os art.s 34.º e 35.º.

#### **1.4. Código Penal e Lei das Infracções Contra a Economia**

Com a criação da Constituição da República de Angola, os direitos do consumidor foram elevados à categoria de direitos fundamentais e, como tal, são merecedores de protecção civil e administrativa (infracções punidas com sanções previstas no art. 26.º da LDC) e também da sua tutela penal<sup>184</sup>. A preocupação do legislador ao tratar dos crimes nas relações de consumo na LDC deu-se primordialmente no sentido da harmonização com as normas penais existentes no Código Penal e em legislação avulsa.

Sem pretender, de modo algum, fazer uma abordagem exhaustiva, faremos referência apenas a algumas condutas tipificadas no Código Penal e na Lei das Infracções contra a Economia, pelo seu elevado potencial de ofensa à pessoa humana.

---

<sup>183</sup> Refere CHAVES, Rui Moreira, ob. cit., p. 359 e ss, «...o crime de publicidade perigosa é entendido como de perigo comum, poder-se-á ir mais além e averiguar se a consumação de um crime de burla através da publicidade, necessita da existência do crime de publicidade enganosa, ou se pelo contrário são independentes».

<sup>184</sup> O art. 26.º, n.º 1 e 2 da LDC determina que «as infracções das normas de defesa dos consumidores ficam sujeitas, conforme o caso e sem prejuízo das infracções de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas, às sanções administrativas: multa, apreensão do bem, inutilização do bem, proibição de fabricação do bem, suspensão de fornecimento de bens ou serviços, suspensão temporária da actividade, revogação de concessão ou permissão de uso e interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de actividade, sendo a pena de multa graduada de acordo com a gravidade da infracção».

## **1.4.1. Código Penal Angolano**

### **1.4.1.1. Venda ou exposição de substâncias venenosas ou abortivas**

O crime de venda ou exposição de substâncias venenosas ou abortivas é um crime contra a saúde pública. Os bens colocados no mercado de consumo não devem acarretar riscos à saúde, à vida ou à segurança dos consumidores<sup>185</sup>. Por exemplo, é crime a venda de drogas, a venda de produtos expirados para o consumo público ou a de bebidas alcoólicas a menores.

Neste sentido, o CP, no art. 248.º, estabelece uma pena de prisão não inferior a três meses e multa correspondente, a todo aquele que expuser à venda, vender ou subministrar substância venenosas ou abortivas. Este preceito só é aplicável caso se verifique a colocação no mercado de determinados produtos considerados prejudiciais para o consumo, por representarem perigo para a vida, para a saúde e para a segurança física do consumidor.

### **1.4.1.2. Substituição ou alteração do receituário**

É de salientar que, no mercado angolano, muitos dos que se dedicam ao comércio de produtos farmacêuticos não são especialistas na matéria. Verifica-se ainda um número elevado de indivíduos que se dedica à venda de fármacos nos mercados informais, o que acarreta grande risco para a saúde e segurança do consumidor, devido às precárias condições de conservação e manuseio a que estão sujeitos.

A falta de informação, o nível do custo de vida e a carência de meios financeiros, fazem com que a população em geral se desloque com frequência aos mercados informais, para adquirir fármacos, não só sujeitos a receita médica, mas sem qualquer receita médica, como também adulterados. A alteração ou substituição do receituário é uma prática que se vive no dia-a-dia em Angola, sendo, por isso, necessária uma intervenção estatal, por forma a compelir estas práticas, com vista à salvaguarda do direito do consumidor à qualidade dos bens, à saúde e à segurança física, bem como à protecção do próprio mercado contra tais práticas.

Parece-nos que a sanção estipulada na norma do art. 249.º do CP, concretamente a pena de prisão de um ou mais meses e multa correspondente, é aplicável não só ao boticário ou farmacêutico, como profissionais, mas também a todos os que procedam à alteração ou substituição do prescrito na receita competentemente passada e assinada por um médico devidamente licenciado (por exemplo, substituir um antibiótico por um anti-inflamatório).

---

<sup>185</sup> Cfr. Art. 78.º, n.º 2 da CRA conjugado com o art. 6.º da LDC.

### 1.4.1.3. Alteração de géneros destinados ao consumo público

As principais infracções registadas em estabelecimentos comerciais nacionais são a venda de produtos com prazo de consumo expirado, a sua má qualidade e mau estado conservação, principalmente os de consumo alimentar e medicamentoso, bem como a legenda dos seus rótulos em línguas estrangeiras.

A proliferação de mercearias (vulgo cantinas) tem contribuído para o fornecimento de bens alimentares diversos à população, sobretudo à mais carente., Entretanto, trata-se do fornecimento de bens de consumo alimentar que, na maioria das vezes, não cumprem os requisitos de qualidade e de conservação legalmente exigidos, sendo, no limite, produtos expirados e adulterados<sup>186</sup>.

O CP determina que «todo aquele que de qualquer modo alterar géneros destinados ao consumo público, de forma a que se tornem nocivos à saúde e os expuser à venda assim alterados, e bem assim aquele que, do mesmo modo, alterar géneros destinados ao consumo de alguma ou algumas pessoas, ou que vender géneros corruptos, ou fabricar ou vender objectos cujo uso seja necessariamente nocivo à saúde, será punido com pena de prisão de dois meses a dois anos e multa correspondente»<sup>187</sup>. O mesmo crime é punido pela Lei das Infracções Contra a Economia<sup>188</sup>.

O artigo em exame vem proteger o público consumidor de todas as formas possíveis de alteração dos géneros alimentícios que se destinam ao consumo.

Géneros alimentícios são «todas as substâncias ou preparos usados como alimento ou bebida humana e, bem assim, toda a substância utilizada na preparação ou composição dos alimentos humanos»<sup>189</sup>.

Os géneros alimentícios normais podem ser falsificados por adição, subtração ou substituição no género alimentício de alguma substância ou ingrediente.

Os géneros alimentícios que não sejam considerados normais para o consumo humano, isto é, que sejam susceptíveis de causar danos à saúde do consumidor, não podem ser objecto de comercialização. Por outro lado, os géneros que, sendo normais para o consumo, já se encontrem fora do prazo para o consumo<sup>190</sup> também não podem ser comercializados, em virtude de poderem causar graves danos à saúde, à segurança e

---

<sup>186</sup> Refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos do consumidor*, p. 52, a pobreza de certos alimentos pode não ser directamente nociva, isto é, sem provocar doença, pode contribuir para um estado de subalimentação, debilitante do estado geral. As normais penais sobre as exigências de fabrico e venda de alimentos vedam, em regra, todas situações que modifiquem ou alterem a qualidade, sendo ou não susceptíveis de serem prejudiciais à saúde.

<sup>187</sup> Art. 251.º do CP.

<sup>188</sup> Lei n.º 6/99, de 3 de Setembro, art.º 41.º

<sup>189</sup> Cit. BORGES, J. Marques, *Direito Penal Económico e Defesa do Consumidor*, Rei dos Livros, Lisboa, s/d., p. 104.

<sup>190</sup> Cfr. DIAS, Augusto Silva, *Entre Comes e Bebes, Debate de Algumas Questões Polémicas no Âmbito da Protecção Jurídico-Penal do Consumidor, Direito Penal Económico e Europeu: Textos Doutrinários*, Vol. III, Coimbra Editora, Coimbra, 2009, p. 476.

integridade física do consumidor, fazendo incorrer o profissional que os comercializar nas sanções já referidas.

## 1.4.2. Lei das Infracções Contra a Economia

### 1.4.2.1. Publicidade desleal

O fornecedor de produtos ou serviços deve, no exercício da actividade publicitária, observar os princípios da licitude, identificabilidade<sup>191</sup>, veracidade, livre e leal concorrência, assim como o respeito pelos direitos do consumidor, permitindo, deste modo, uma melhor escolha por parte do mesmo consumidor de determinado produto ou serviço.

Os princípios que regem a actividade publicitária são também importantes para a protecção da concorrência, reprimindo as situações de concorrência desleal, assim como para a protecção do consumidor face ao mercado<sup>192</sup>.

Um dos princípios que actualmente assume maior importância na publicidade é o da veracidade, por ser o critério base para se aferir se estamos perante uma publicidade enganosa.

Este princípio impõe o dever de respeitar a verdade (e a clareza) na mensagem publicitária, determina a proibição da publicidade que, de qualquer forma, possa ser total ou parcialmente falsa e que ainda, por qualquer facto (por exemplo, por omissão), possa gerar dúvidas, induzindo directa ou indirectamente o consumidor em erro sobre determinado produto ou serviço.

Nestes termos, determina o art.º 43.º da Lei das Infracções Contra a Economia uma pena de multa até 60 dias, para além da responsabilidade civil prevista na Lei Geral da Publicidade. Todavia, a lei não é clara quanto ao valor da multa aplicável por dia.

### 1.4.2.2. Especulação

O crime de especulação consiste na venda de bens ou serviços por preços superiores aos permitidos ou aos que resultariam do normal exercício de uma actividade, o

---

<sup>191</sup> Segundo MONTE, Mário Ferreira, *Da Protecção Penal do Consumidor, O Problema da (des) criminalização no Incentivo ao Consumo*, Almedina, Coimbra, 1996, p. 96, o princípio da identificabilidade tem duas acepções: uma **formal**, que significa que a publicidade deve ser apresentada ao consumidor de forma clara, ou seja, identificada quer por sinais acústicos ou ópticos, quer separada e distinta de outra programação em caso de emissão pela rádio ou televisão. A outra acepção é de natureza **substantiva, é a** que resulta da proibição de publicidade oculta, dissimulada e subliminar.

<sup>192</sup> Cfr. *Idem*, p. 98.

que põe em causa o equilíbrio e as expectativas que subjazem ao desenvolvimento da actividade económica e das relações de consumo.

Determina o n.º 1 do art. 42.º da Lei Infracções Contra a Economia que «comete crime de especulação punível com prisão de 2 anos e multa, aquele que sendo comerciante ou dedicando-se habitualmente ao comércio ou à prestação de serviço, com intenção de obter um lucro desproporcionado». Ou seja, cometem este crime todos àqueles que venderem bens ou prestarem serviços por um preço que exceda o legalmente fixado, bem como nos casos em que da venda de determinados produtos ou serviços se obtenham lucros líquidos superiores ao legalmente admitido (art. 42.º, al. a)), a venda de bens ou serviços com preços superiores ao constante da etiquetas, letreiros ou listas elaboradas pela própria entidade vendedora ou prestadora de serviços e nos casos em que determinada pessoa tenha em sua posse bens que, por unidade, estejam sujeitos a peso ou medida e os mesmos sejam inferiores ao peso ou medida encontrados (art. 42.º al. b) e d)).

Na ordem jurídica portuguesa, o mesmo crime é previsto e punido com a pena de 6 meses a 3 anos e multa não inferior a 100 dias, nos termos do art. 35.º do DL n.º 28/84, de 2º de Janeiro.

### **1.4.2.3. Abate Clandestino**

Vimos que os bens e serviços colocados no mercado de consumo não devem implicar riscos para a saúde ou para a segurança física dos consumidores, devendo, por isso, o Estado intervir na protecção dos direitos e interesses do consumidor e do mercado.

Comete crime de abate clandestino todo aquele que abater animais para o consumo público, sem a competente inspecção sanitária, fora dos lugares apropriados para tal prática e sem uma licença concedida para esse fim, pela entidade competente, sendo punível com uma pena de dois anos e multa correspondente não só os autores directos, como todo aquele que adquire para alimentação ou consumo público em hotéis, restaurantes, pensões carnes ou produtos oriundos destes animais abatidos clandestinamente, desde que tenham conhecimento de tal facto, conforme os n.ºs 1 e 2 do art. 40.º da Lei das Infracções Contra a Economia.

No mercado angolano são bastante visíveis práticas que se subsumem ao crime de abate clandestino de animais para consumo público. À guisa de exemplo, é comum a comercialização do “cabrité” (carne de cabrito assada) nas ruas, abatida e conservada em condições duvidosas, dada a grande afluência da população ao consumo dessa carne, entendemos que estamos perante um situação com elevado potencial de pôr em perigo a saúde pública. O abate desses animais normalmente é feito ou no local da sua comercialização ou, dada a falta de licenciamento por parte da autoridade competente para o efeito, em locais clandestinos.

## II. ENTIDADES LEGITIMADAS PARA A DEFESA DO CONSUMIDOR

São vários os intervenientes que podem representar em juízo os interesses individuais, homogéneos, colectivos e difusos dos consumidores de acordo com a legislação angolana. Têm esse poder o Ministério Público, o Instituto de Defesa do Consumidor e as Associações de Consumidores. Além disso, qualquer consumidor individualmente pode exercer directamente os seus direitos quando lesado, conforme o previsto no art. 28.º, al. a), b) e d) da LDC.

### 1. Ministério Público

Caracterizando-se tradicionalmente o MP pela riqueza e diversidade das funções que lhe são cometidas, verifica-se que o art. 186.º da CRA determina que «ao MP compete representar o Estado, defender a legalidade democrática e os interesses que a lei determinar, promover o processo penal e exercer a acção penal, nos termos da lei, nomeadamente [...], al. d) defender os interesses colectivos e difusos». O MP é uma instituição essencial à função judiciária do Estado, é composto por magistrados destacados junto de cada tribunal e investidos do poder de exercer o controlo genérico da legalidade, do poder de exercere a acção penal, do de representar o Estado e ainda com outras funções atribuídas por lei, em conformidade com os arts. 189.º da Constituição e 2.º, da Lei n.º 5/90, de 7 de Abril<sup>193</sup>.

A LDC e a LCGC contém normas que legitimam a actuação do MP na área dos direitos do consumidor.

O MP, sempre que estejam em causa interesses individuais, homogéneos, colectivos ou difusos, de harmonia com o parágrafo 2.º do art. 27.º e art. 28.º alínea c), ambos da LDC, tem legitimidade activa para intentar as acções previstas na referida lei.

Nestes termos, a LDC atribui-lhe expressamente uma competência genérica para «a defesa dos consumidores<sup>194</sup>, no âmbito da presente lei e no quadro das respectivas competências, intervindo em acções administrativas e cíveis tendentes à tutela dos interesses individuais homogéneos, bem como de interesses colectivos ou difusos»<sup>195</sup>.

Porém, a violação dos direitos do consumidor ocorre no âmbito dos contratos de adesão, nomeadamente por via das cláusulas contratuais gerais, sendo que a LCGC dispõe

---

<sup>193</sup> Lei da Procuradoria – Geral da República.

<sup>194</sup> Neste sentido, entende DUARTE, Jorge Dias, «Da Tutela do Consumidor em Portugal e do papel do Ministério Público»: in *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, n.º 71, Associação Portuguesa de Direito do Consumo, Setembro 2012, p. 45, «o Ministério Público exerce um verdadeiro poder de intervenção nas relações jurídico-privadas, que o ordenamento jurídico, em certas circunstâncias reserva ao Estado Colectividade. Este vai, pois, actuar através do Ministério Público, como verdadeiro substituto processual dos titulares das relações jurídico-privadas...».

<sup>195</sup> Art. 34.º da LDC.

que tem legitimidade activa para interpor acção inibitória destinada a obter a condenção pela utilização de cláusulas contratuais gerais que violem a referida lei, o Ministério Público, oficiosamente ou mediante solicitação fundamentada de qualquer interessado, de acordo com o disposto na al. c) do n.º 1 do art. 19.º da LCGC.

«Pensar no Direito do Consumidor, em certa medida, significa pensar no alcance da actuação do Ministério Público, definir para onde e até que ponto intervir, pensar no quanto e no que pode e deve ser feito em benefício da colectividade»<sup>196</sup>.

Pelo exposto, fica o entendimento de que, além de ao MP competir a defesa dos interesses colectivos e difusos, de acordo com o art. 186.º, al. d) da CRA, lhe é também reconhecida legitimidade activa, na LDC e na LCGC, para intervir nos casos em que se veriquem práticas lesivas dos direiros e interesses do consumidor.

Entretanto, apesar da legitimidade que lhe é conferida por lei, para agir em nome e no interesse do consumidor, não há, na prática judicial angolana, relato de caso algum revelador da actuação do MP em defesa do interesse do consumidor.

## 2. Instituto Nacional de Defesa do Consumidor

O INADEC é uma pessoa colectiva pública, dotada de personalidade jurídica e de autonomia administrativa, financeira e patrimonial<sup>197</sup>, dotada de legitimidade processual em defesa dos interesses colectivos e difusos dos consumidores<sup>198</sup> (art. 35.º, n.º 2 al. a) da LDC).

São atribuições genéricas do INADEC a promoção de políticas de salvaguarda dos direitos dos consumidores, bem como a coordenação de medidas tendentes à sua protecção, informação e educação e de apoio às associações de consumidores (art. 3º do Decreto n.º 9/03, conjugado com o art. 35.º, n.º 1 da LDC.).

Pelos poderes conferidos por lei em matéria de protecção do consumidor, enquanto órgão da administração pública, o INADEC tem a obrigação de criar centros de arbitragem (até agora inexistentes) para a resolução de conflitos de consumo, como decorre do art. 27.º da LDC, enquanto mecanismos integrados no sistema protectivo, com procedimentos simplificados, visando a composição extrajudicial de divergências havidas sobre questões de importância menor, sem deixar, porém, de dar resposta à defesa de todos os interesses dos consumidores.

---

<sup>196</sup> Cit. CARPENA, Heloisa, «O Ministério Público e a Defesa do Consumidor»: in *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, n.º 72, Associação Portuguesa de Direito do Consumo, Setembro 2012, p. 11.

<sup>197</sup> Decreto n.º 5/03, de 3 de Março, que cria O Estatuto Orgânico do Instituto de Defesa do Consumidor, Decreto n.º 9/3, de 3 de Março, do Conselho de Ministros.

<sup>198</sup> Cfr. Neste sentido, LIZ, Jorge Pegado, ob. cit., p. 244.



O INADEC materializa os direitos do consumidor, através do mecanismo de tutela antecipada, ou seja, mediante previsão de práticas que possam ser lesivas dos interesses do consumidor. Este pode «ordenar medidas cautelares de cessação, suspensão ou interdição do fornecimento de bens ou serviços»<sup>199</sup>.

Perante situações que possam acarretar riscos ou que ponham em causa os direitos do consumidor, ainda que não estejam expressamente consagradas na LDC, entendemos que, dentro do espírito do sistema jurídico, pode o INADEC procurar soluções que se mostrem adequadas à sua resolução.

### 3. Associações de Consumidores

As associações de consumidores são pessoas colectivas dotadas de personalidade jurídica, sem fins lucrativos, cujo objectivo principal consiste na protecção dos direitos e interesses dos consumidores em geral e, em particular, dos consumidores seus associados<sup>200</sup>. Estas podem ser de âmbito nacional<sup>201</sup> ou local, consoante a área em que se que se circunscreve a sua acção (art. 31.º, n.º 1 e 2 da LDC e art. 1.º da Lei das Associações)<sup>202</sup>.

A LDC não faz referência às associações de âmbito regional. Todavia, a Lei das Associações faz essa referência e define-as, no art. 3.º, n.º 3, como aquelas cuja actividade se circunscreve a uma região sócio-económica, abrangendo o território de mais de uma província.

A LDC consagra vários direitos inerentes às associações de consumidores no art. 32.º do referido diploma, nomeadamente o direito de, junto das autoridades administrativas ou judiciais competentes em matéria de direito do consumo, solicitar que sejam apreendidos e retirados do mercado determinados bens e serviços, assim como a interdição da comercialização de certos bens e serviços no mercado, em virtude do seu potencial lesivo dos direitos e interesses dos consumidores n.º 1 al. b), solicitar ainda que sejam retiradas do mercado mensagens publicitárias enganosas ou abusivas, al. c) e solicitar também que sejam prestados esclarecimentos sobre a formação dos preços dos bens e serviço, al. e), etc.

---

<sup>199</sup> Art. 35.º, n.º 2 al. b) da LDC.

<sup>200</sup> Cfr. CORREIA, Cosete. SANTOS, Beja, *A Educação do Consumidor na Escola, Aspectos Práticos da Transdisciplinaridade*, Instituto do Consumidor, Lisboa, 1997, p. 79.

<sup>201</sup> São de âmbito nacional as que desenvolvam as suas actividades em todo o território nacional e tenham pelo menos três mil associados (art.s 31.º, n.º 2 da LDC e 3.º, n.º 3 da Lei das Associações); e são de âmbito local as que desenvolvam actividades que se circunscrevam a uma província, município, comuna ou bairro e tenham pelo menos quinhentos associados (art.s 31.º, n.º 2 da LDC e 3.º, n.º 1 da Lei das Associações).

<sup>202</sup> Lei n.º 14/91, de 11 de Março.

Os seus programas de defesa são levados a cabo com o auxílio do Estado, especificamente do INADEC<sup>203</sup>. Por outro lado, a actuação em tribunal das entidades associativas na defesa dos consumidores estão isentas de qualquer custo judicial (art. 29.º da LDC). Com o regime estabelecido pela LDC, as associações de consumidores estão legitimadas para acordos de boa conduta com os profissionais ou as suas organizações representativas, destinados a gerir as relações de consumo (art. 33.º da LDC). Na sua actuação, são fundamentalmente relevantes os procedimentos fundados na colaboração e cooperação, baseados no diálogo entre distintas organizações para a defesa dos interesses dos consumidores<sup>204</sup>.

A AADIC é a única destas associações existente em Angola e é de âmbito nacional.

A AADIC tem como objecto o estabelecimento das bases gerais e regras de intermediação para a resolução de conflitos entre consumidores e fornecedores, assim como a realização de actividades associativas de informação<sup>205</sup> às comunidades (art. 2.º do seu Estatudo).

A AADIC tem como principais objectivos criar programas no âmbito da formação, educação e sensibilização permanente em matérias relacionadas com o consumo, denunciar actos lesivos do consumidor, praticados pelos estabelecimento comerciais, mercados (informais) e outros, reservando-se o direito de solicitar junto das autoridades administrativas ou judiciais competentes, a apreensão de bens ou a interdição de serviços lesivos dos direitos do consumidor (art. 7.º do seu Estatuto).

A intervenção desta Associação nas políticas relacionadas com o consumo e com os direitos do consumidor tem sido fundamental para a tomada de muitas decisões, sobretudo no que diz respeito à exigência ao INADEC de uma melhor fiscalização da qualidade dos bens e serviços colocados no mercado de consumo.

---

<sup>203</sup> Cfr. Art. 3.º, n.º 1 do Decreto n.º 9/03, de 3 de Março.

<sup>204</sup> Cfr. RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, ob. cit., p. 165.

<sup>205</sup> Como refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Os Direitos dos Consumidores*, p. 183, «As associações de consumidores estão directamente vocacionadas para a informação dos seus membros e dos consumidores em geral».

### III. CONTRATOS RELATIVOS A COMUNICAÇÕES ELECTRÓNICAS

Os contratos relativos a comunicações electrónicas constituem acordos de vontades através dos quais uma das partes (o fornecedor) fornece à outra (consumidor) serviços de comunicações electrónicas (serviços de telefonia móvel, fixo, internet e de televisão por cabo), mediante o pagamento de um preço.

Neste ponto do presente trabalho, pretendemos fazer uma análise sobre o processo de formação dos contratos relativos a comunicações electrónicas<sup>206</sup> em Angola, tendo como base, face à inexistência de legislação específica, o Código Civil<sup>207</sup>, a Lei das Cláusulas Gerais dos Contratos<sup>208</sup> e a Lei da Defesa do Consumidor.

#### 1. Formação e Forma do Contrato

Não é possível falar-se da formação dos contratos, deixando de parte a forma dos mesmos, porque a forma<sup>209</sup> traduz-se no modo de exteriorização da vontade das partes, sendo, por isso, um requisito essencial para existência do contrato<sup>210</sup>.

O art. 219.º do CC prevê o princípio da liberdade de forma, estabelecendo que, salvo quando a lei exigir, «a validade da declaração negocial não depende da observância de forma especial». Depreende-se da leitura deste preceito legal que, em geral, os contratos são formados por mero consenso<sup>211</sup>, independentemente da forma que assumam<sup>212</sup>.

---

<sup>206</sup> Na ordem jurídica portuguesa, esses contratos são regulados, entre outros diplomas, pela Lei n.º 23/96, de 26 de Julho (Lei dos Serviços Públicos Essenciais), art. 1.º, al. d).

<sup>207</sup> Cfr. No mesmo sentido, NORONHA, Fernando, *Direito das Obrigações*, 4.ª Ed., Editora Saraiva, São Paulo, 2013, p. 340; no mesmo sentido, refere ASCENSÃO, José de Oliveira, «Direito Civil e Direito do Consumidor»: in *Themis, Revista da Faculdade da Universidade Nova de Lisboa*, Edição Especial – Código Português (Evolução e Perspectivas Actuais), 2008, p. 179, «o direito do Consumidor não corresponde sequer a um sector autonomizável do Direito Privado que adapte os princípios gerais a situações particulares: está no coração do Direito Civil. Essa natureza tem que ser a base do seu estudo, do seu ensino e da ordenação das fontes do Direito».

<sup>208</sup> MONTEIRO, António Pinto, «A Protecção do Consumidor de Serviços Públicos Essenciais»: in *As Telecomunicações e o Direito na Sociedade de Informação*, Instituto Jurídico da Comunicação, Almedina, Coimbra, 2007, p. 147, nos contratos relativos a comunicações electrónicas levantam-se três tipos de problemas: «risco pelo desconhecimento, pelo aderente, de cláusulas do contrato, por não lhe ter sido dada a possibilidade razoável de as conhecer; inclusão de cláusulas abusivas [...]; necessidade de consagrar meios adequados de reacção judicial...»; no mesmo sentido, ALMEIDA, Carlos Ferreira de, «Serviços Públicos Essenciais, Contratos Privado»: in *Estudos em Homenagem à Professora Doutora Isabel de Magalhães Colaço*, Vol. II, Almedina, Coimbra, 2002, p. 127.

<sup>209</sup> Segundo ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos I, Conceito, Fontes, Formação*, 3.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2005, p. 87, «...a forma é sempre requisito de existência e pode ser requisito de validade das declarações pelas quais os contratos se formam».

<sup>210</sup> Cfr. *Ibidem*.

<sup>211</sup> Neste sentido, MELO, Diogo Leonardo Machado de, «Princípios do Direito Contratual, autonomia privada, relatividade, força obrigatória, consensualismo»: in *Teoria Geral dos Contratos*, Editora Atlas S.A, São Paulo, 2011, p. 91.

<sup>212</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 114.

O princípio da liberdade de forma pode ser afastado pelas partes, sempre que estas estipulem uma forma especial<sup>213</sup> para uma ou ambas as declarações contratuais<sup>214</sup>, presumindo-se, segundo a lei, que as partes se não querem vincular senão pela forma convencionada (art. 223.º, n.º 1 do CC).

Em virtude da inexistência de normas especiais referentes à formação da maioria dos contratos de consumo, os contratos de consumo podem formar-se através dos diferentes modelos admitidos para os contratos em geral<sup>215</sup>. Todavia, para a formação do contrato de consumo em análise, teremos como modelo base para a formação dos mesmos, o modelo do documento contratual único, por ser o modelo recorrente para a celebração dos contratos relativos a comunicações electrónicas em Angola, resultando a sua elaboração, não da lei, mas da prática comercial por parte dos operadores de serviços de comunicações electrónicas.

A aceitação da proposta<sup>216</sup> parece ser, nos termos dos arts. 228.º a 231.º e 233.º a 235.º do Código Civil, o único requisito admissível para a formação dos contratos<sup>217</sup>.

Os contratos não se formam unicamente através da aceitação da proposta. Existem outros modelos, sendo o mais comum (em alternativa) nas relações contratuais de consumo, o de um documento escrito<sup>218</sup>, onde as partes dão o seu assentimento ou não, contendo o mesmo documento todas as cláusulas que regem a relação estabelecida entre as partes contraentes<sup>219</sup>.

É necessário um acordo prévio sobre todas as cláusulas que regem o contrato, pois, sendo o modelo de formação dos contratos relativos a comunicações electrónicas o documento contratual único, e, sendo este elaborado com recurso às cláusulas contratuais gerais, a lei determina que todos os contraentes que recorram a estas cláusulas devem comunicar<sup>220</sup> de forma clara e na íntegra aos aderentes que se limitem a subscrevê-las ou a

---

<sup>213</sup> Cfr. No mesmo sentido, TELLES, Inocêncio Galvão, *Manual dos Contratos em Geral*, 4.ª Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2010, p. 113.

<sup>214</sup> Cfr. *Idem*, p. 114.

<sup>215</sup> Cfr. ALMEIDA, Carlos Ferreira de, ob. cit., p. 97.

<sup>216</sup> Podemos retirar o mesmo entendimento a partir do art. 2.º da LCGC, ao estabelecer que «as cláusulas contratuais gerais incluídas nas propostas de contratos são nelas integradas pela respectiva aceitação...».

<sup>217</sup> Cfr. ALMEIDA, Carlos Ferreira de, ob. cit., p. 95.

<sup>218</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 156; ALMEIDA, Carlos Ferreira de, ob. cit., p. 121, designa este modelo de formação dos contratos como de declarações contratuais conjuntas, distinguindo três fases: «1ª fase preliminar; 2ª acordo pré-contratual e a fase da subscrição»; Antunes, José A, Engrácia. *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, Coimbra, 2011, p. 132, designa este modelo por «contratação conjunta» e, que segundo este autor, este é o modelo mais frequentes na formação dos contratos comerciais; VASCONCELOS. Pedro Pais de, *Teoria Geral do Direito Civil*, Almedina, Coimbra, 2010, p. 480, designa este modelo de formação dos contratos como contratação sobre documento.

<sup>219</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 156.

<sup>220</sup> Entende NUNES, Pedro Caetano, «Comunicação de Cláusulas Contratuais Gerais»: in *Estudos em Homenagem ao Professor Doutor Carlos Ferreira de Almeida*, Vol. II, Almedina, Coimbra, 2011, p. 508, o art.º 5.º da LCGC (portuguesa), «onera o predisponente com especiais exigências de comunicação, que ultrapassam as comuns exigências de comunicação para efeitos de consentimento contratual, de forma a diminuir os custos de investigação e a assimetria de informação do aderente, promovendo o efectivo conhecimento das cláusulas contratuais gerais».

aceitá-las, bem como devem prestar todos os esclarecimentos<sup>221</sup> solicitados, sob pena de serem consideradas excluídas do contrato (arts. 3.º, n.ºs 1, 3 e 5.º da LCGC).

O legislador, ao estabelecer estas normas, teve como pretensão a abrangência pelo regime previsto na LCGC, de todas as situações contratuais em que não há uma real negociação do conteúdo contratual<sup>222</sup>.

A LDC, preocupada em salvaguardar os direitos e os interesses económicos do consumidor nos contratos de consumo, impõe a existência nas relações de consumo do princípio da igualdade material, da boa fé<sup>223</sup> e da lealdade, tanto na fase pré-contratual, contratual, como na vigência do contrato entre as partes. Acrescenta ainda que as cláusulas contratuais gerais são interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor (art. 15.º, n.ºs 1 e 3).

No que diz respeito aos requisitos exigidos para a celebração do contrato através da aceitação da proposta, são os mesmos para que o contrato se forme neste modelo com as necessárias adaptações. Assim, o texto comum das declarações tem de ser *completo*<sup>224</sup>, no sentido de abranger todos os elementos a integrar no futuro contrato<sup>225</sup>, ou seja, é necessário que as partes tenham acordado<sup>226</sup> em todas as cláusulas sobre as quais qualquer delas tenha julgado necessário o acordo (art. 232.º do CC). A assinatura conjunta do contrato «faz presumir que as partes tenham acordado sobre todas as cláusulas que julgaram necessárias para o acordo, o que facilita a verificação da completude»<sup>227</sup>.

Outro requisito é o da *precisão*, evitando que, após a assinatura, surjam dúvidas no que concerne aos elementos que compõem o contrato celebrado<sup>228</sup>. Um outro requisito é o da firmeza, ou seja, o documento contratual único deve ser *firme* ou revelador da intenção inequívoca de contratar, na medida em que a simples assinatura dá lugar ao surgimento do contrato<sup>229</sup>, não sendo dada outra oportunidade ao declarante, no sentido de exteriorizar a

---

<sup>221</sup> Entende CARDOSO, Elionora, *Os Serviços Públicos Essenciais a sua Problemática no Ordenamento Jurídico Português*, p. 64, ser necessário para a materialização da imposição legal relativamente ao dever que recai ao contraente que recorre a cláusulas contratuais gerais, a redução do contrato a escrito (documento escrito).

<sup>222</sup> Cfr. FERREIRA, Manuel Ataíde, [et. al.], *Cláusulas Contratuais Gerais*, p. 30.

<sup>223</sup> Como refere SIMÕES, Fernando Dias. ALMEIDA, Mariana Pinheiro, *Lei dos Serviços Público Essenciais, Anotada e Comentada*, Almedina, Coimbra, 2012, p. 71, o princípio da boa fé nos serviços públicos essenciais, aparece como um comportamento que deve ser tido em conta pelos prestadores de serviços na fase pré-contratual e contratual, de modo a assegurar o bem-estar social dos consumidores e utentes que com eles negociam.

<sup>224</sup> Segundo ALMEIDA, Carlos Ferreira de, ob. cit., p. 58, apesar da proposta dever ser completa, esta afirmação não é em si mesma fácil e evidente. Pelo facto de cada contrato conter um conteúdo próprio; no mesmo sentido, Jorge Morais Carvalho, ob. cit., p. 126.

<sup>225</sup> Cfr. TELLES, Inocêncio Galvão, *Manual dos Contratos em Geral*, 4.ª Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2002, p. 247.

<sup>226</sup> Como refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, «Serviços Públicos Essenciais, Contratos Privado»..., p. 125, «o que não foi comunicado por uma das partes à outra parte não se pode considerar acordado e não pode portanto ser inserido no contrato...»; o mesmo autor, entende que é mais correto falar em «ónus de comunicar» do que «dever de informar», para que não se corra o risco de não ser incluído no contrato tudo quanto tenha sido comunicado e acordado; ob. cit., p. 125.

<sup>227</sup> Cit. ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos I, fontes, Formação*, 3.ª Ed., p. 121.

<sup>228</sup> Cfr. CORDEIRO, António Menezes, ob. cit., p. 294.

<sup>229</sup> Cfr. VASCONCELOS, Pedro Pais, *Teoria Geral do Direito Civil*, 7.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2012, p. 401.

sua vontade. O requisito da firmeza tem especial importância nas relações jurídicas de consumo, em virtude da verificação, por parte do profissional, do argumento de que se reservou no direito de ter a última palavra, no que tange a celebração do contrato, isto é, após a assinatura do contrato pelo consumidor<sup>230</sup>.

Não havendo declaração de aceitação autónoma neste modelo de formação dos contratos, torna-se desnecessário invocar a característica da conformidade<sup>231</sup>. O contrato considera-se celebrado no momento da sua subscrição (assinatura) pelas partes contratantes.

## 2. Conteúdo do Contrato

### 2.1. Qualidade da prestação de serviços

O direito à qualidade é um direito constitucionalmente consagrado que, não obstante, aparece associado a grande parte dos conflitos nas relações jurídicas de consumo<sup>232</sup>.

A exigência da qualidade resulta directamente do art.º 78.º da CRA, segundo o qual «O consumidor tem direito à qualidade<sup>233</sup> dos bens e serviços [...] na relação de consumo», e vale como importante elemento de interpretação do conteúdo dos contratos de consumo, em particular dos contratos relativos a comunicações electrónicas, na medida em que estes não dispõem de legislação específica.

Todavia, para se saber qual o nível de qualidade que é objecto do contrato relativo às comunicações electrónicas, é necessário ter-se em conta o conteúdo do próprio contrato<sup>234</sup>. Assim, entendemos por qualidade a correspondência entre as declarações<sup>235</sup> do profissional quanto às características do objecto do contrato e aquilo que o consumidor efectivamente espera que seja o serviço prestado, isto é, as legítimas expectativas do consumidor.

---

<sup>230</sup> Como refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, ob. cit., p. 102, «é preciso tornar bem claro que o proponente não beneficia de um direito geral de arrependimento e que não é correto, sob a capa da intencionalidade, atribuir-lhe na formação do contrato uma segunda voz, posterior à aceitação». Neste sentido, VASCONCELOS, Pedro Pais, ob. cit., p. 401.

<sup>231</sup> Cfr. ALMEIDA, Carlos Ferreira de, ob. cit., p. 122.

<sup>232</sup> Cfr. No mesmo sentido, CARDOSO, Elionora, *Lei de Defesa do Consumidor...*, p. 56; entende ainda a mesma autora que, pelo facto deste direito ser o principal motivo nas relações de consumo, o mesmo direito aparece como o primeiro a ser concretizado pelo legislador, dada a sua importância; ob. cit., p. 56.

<sup>233</sup> Segundo CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 464, «esta norma deve ser interpretada, não no sentido de se aceitar qualquer qualidade, mas no sentido de se exigir a boa qualidade dos bens e serviços de consumo.

<sup>234</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 464; ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos II, Conteúdo, Contratos de Troca*, 2.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2011, p. 70.

<sup>235</sup> Refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, «Qualidade do Objecto Contratual»: in *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 7, Centro de Direito do Consumo, Coimbra, 2005, p. 20, a qualidade deve ser aferida «pela descrição constante do texto do contrato».

Na verdade, a qualidade do serviço prestado passa pela continuidade de fornecimento do serviço<sup>236</sup>. Nestes termos, os fornecedores de serviços de comunicações electrónicas devem proceder, sempre que possível, de forma a não interromper o fornecimento dos serviços, salvo nos casos fortuitos ou de força maior<sup>237</sup>.

Os serviços destinados ao consumo devem ser aptos a satisfazer os fins a que se destinam (não somente o fim principal, mas todos os outros fins a que determinado serviço normalmente se destina<sup>238</sup>) e devem produzir os efeitos que se lhes atribuem (alguns autores entendem que, o significado desta expressão não é fácil de se determinar, mas esta referência «parece destinar-se a salvaguardar o desempenho ou performance do bem ou serviço em correspondência com as características do bem ou serviço contratado»<sup>239</sup>), não só segundo as normas estabelecidas por lei, mas de modo adequado às legítimas expectativas do consumidor (art. 5.º da LDC).

## 2.2. Conformidade com a declaração do prestador de serviços

O art. 406.º, n.º 1 do CC consagra o princípio da pontualidade<sup>240</sup>, segundo o qual «o contrato deve ser cumprido pontualmente», isto é, deve ser cumprido ponto por ponto<sup>241</sup> e o art. 762.º do mesmo diploma estabelece que «o devedor [prestador de serviços] cumpre a obrigação quando realiza a prestação a que está vinculado».

Do princípio da pontualidade<sup>242</sup> resulta a proibição de qualquer situação susceptível de dar lugar a alteração da prestação a que o fornecedor de serviços de comunicações electrónicas esteja vinculado<sup>243</sup>. Daí que o fornecedor tenha de prestar os serviços exactamente nos mesmos termos<sup>244</sup> a que se vinculou, não podendo o consumidor daquele serviço ser constrangido a receber do fornecedor serviço diferente do inicialmente acordado.

---

<sup>236</sup> Cfr. Neste sentido, FROTA, Mário, ob. cit., p.43.

<sup>237</sup> Cfr. No mesmo sentido, CARDOSO, Elionora, *Os Serviços Públicos Essenciais a sua Problemática no Ordenamento Jurídico Português*, p. 65.

<sup>238</sup> Como refere SIMÕES, Fernando Dias. ALMEIDA, Mariana Pinheiro, ob. cit., p. 88, «a prestação do serviço deve ser assegurada de forma regular e contínua, sem interrupções e suspensões»; no mesmo sentido, MONTERIRO, António Pinto, «A Protecção do Consumidor de Serviços de Telecomunicações»..., p. 151.

<sup>239</sup> Cit. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 465.

<sup>240</sup> MARTINEZ, Pedro Romano, *Direito das Obrigações, Programa, 2010/2011, Apontamentos*. 3.ª Ed., AAFDL, Lisboa, 2011, p. 250, «da pontualidade decorre o dever de cumprir os termos acordados; não só na data apazada como em respeito a todos os compromissos assumidos».

<sup>241</sup> Cfr. NETO, Abílio, *Código Civil Anotado*, 17.ª Ed., Ediforum, Lisboa, 2010, p. 341.

<sup>242</sup> Segundo SILVA, João Calvão, *Venda de Bens de Consumo*, 4ª Ed., Almedina, Coimbra, 2002, p. 81, «a obrigação da conformidade com o contrato [...] está contida no grande princípio da pontualidade ou conformidade do cumprimento<sup>242</sup>». Significa, para este autor, que a noção de conformidade já se encontra contida nos preceitos legais acima referidos.

<sup>243</sup> Cfr. LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações, Transmissão e Extinção das Obrigações, Não Cumprimento e Garantias do Crédito*, Vol. II, 2.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2003, p. 135.

<sup>244</sup> No mesmo sentido, PRATA, Ana, *Dicionário Jurídico*, 4.ª Ed., Almedina, Coimbra, p. 2006, 893.

A conformidade deve ser sempre aferida em função do objecto que é contratado, isto é, de tudo quanto foi acordado pelas partes no momento da celebração do contrato, não sendo, deste modo, considerada como integrando o conceito de falta de conformidade determinada situação que não foi previamente acordada. Por exemplo, num contrato de fornecimento de serviços de internet, telefonia móvel e televisão por cabo onde se prevê uma cláusula para o uso desses serviços nas zonas ainda não cobertas pela rede da operadora, devem as condições de prestação de serviço ser objecto de acordo específico entre o prestador de serviços e o consumidor. Assim, o consumidor não poderá invocar falta de conformidade (tendo conhecimento e aceite a cláusula) na eventualidade da falta de sinal, pelo facto da utilização dos serviços nestas zonas serem objecto de acordo específico entre as partes.

Cada um é livre de se comprometer ou não, mas, uma vez que se comprometa, fica vinculado de modo irrevogável<sup>245</sup> ao compromisso assumido, estando aqui subjacente o princípio do «pacta sunt servanda», ou seja, os acordos ou pactos feitos devem ser cumpridos, implicando o incumprimento das respectivas obrigações a quebra do que se tiver pactuado.

Alguns autores entendem que, apesar de poder tirar-se uma conclusão no sentido de que a noção de conformidade já se encontra contida nos arts. 406.º, n.º 1 e 762.º, n.º 1 do CC, após uma interpretação adequada dos artigos citados, a prática demonstra que a falta de conformidade não é equiparada ao incumprimento da obrigação, não sendo, por isso, aplicado o princípio da pontualidade, na sua plenitude em diversas situações<sup>246</sup>.

Entretanto, torna-se necessário atender a determinados critérios através dos quais possamos aferir os fins a que o bem ou serviço se destina e os efeitos que se lhes atribuem, tendo em conta as suas características. Para isso, deve-se ter em conta, em primeiro lugar, o estabelecido no art. 5.º da LDC. Significa dizer que, se uma norma legal regular especificamente os elementos que incorporam determinado contrato (características, funcionalidades, efeitos, natureza e todos outros elementos relativos a determinado serviço), o profissional deve pautar-se pelo cumprimento desta norma<sup>247</sup>.

Num segundo momento, devem ser tidas em conta as legítimas expectativas do consumidor relativamente ao serviço, sendo atendíveis as expectativas do consumidor, caso sejam legítimas, ou seja, se corresponderem ao interesse real do consumidor, tendo em atenção as circunstâncias<sup>248</sup>.

O art. 5.º da LDC prevê também um critério subjectivo para o cumprimento da prestação, que passa pela avaliação das legítimas expectativas do consumidor, impondo

---

<sup>245</sup> Cfr. Neste sentido, NETO, Abílio, ob. cit., p. 341.

<sup>246</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 471; o mesmo autor dá como exemplo o regime da compra e venda bens defeituosos, constante nos arts. 913.º a 922.º do Código Civil, que segundo o autor, é claramente protector do vendedor, dando lugar a um grande número de casos desconformidade que não seja protegido por lei; mesma página.

<sup>247</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 465.

<sup>248</sup> Cfr. *Idem*, p. 466.



que, numa relação de consumo, «a definição do conteúdo do contrato tenha em conta o ambiente concreto que esteve na origem da sua celebração, integrando-se não só os elementos objectivamente relevantes, mas também os elementos que, tendo em conta o consumidor e as circunstâncias, seja expectável inserirem-se no contrato»<sup>249</sup>.

### 2.3. Cláusula de fidelização

O consumidor tem, na actualidade, a sua vida regida por numerosos contratos, quase todos celebrados sob o regime da adesão<sup>250</sup>.

A cláusula de fidelização traduz-se numa condição contratual, por meio da qual o aderente (consumidor) se compromete a permanecer vinculado ao contrato por determinado período de tempo, não podendo, portanto, pôr termo ao contrato antes do fim do prazo estabelecido<sup>251</sup>.

Esta cláusula é comum nos contratos sem prazo, em que se integram os contratos relativos a comunicações electrónicas. Aparece esta cláusula, na maioria dos contratos, acompanhada de outra, prevendo a indemnização em caso de incumprimento do prazo estabelecido no contrato para a vigência da fidelização.

Na prática, em Angola, o prazo de fidelização nos contratos relativos a comunicações electrónicas varia de cinco a seis meses<sup>252</sup>, o que parece favorável ao consumidor, dada a falta de legislação específica sobre a matéria.

Iniciada a prestação do serviço em sede da cláusula de fidelização, na eventualidade de o serviço não corresponder àquilo que o consumidor esperava, levanta-se a questão de saber se o consumidor pode pôr termo ao contrato, na vigência do prazo estabelecido na cláusula de fidelização<sup>253</sup>.

Parece-nos que sim, pois, tendo em conta que, na maior parte desses contratos, o consumidor só se apercebe de que os serviços prestados não correspondem ao esperado, no momento da sua execução<sup>254</sup>, de modo a salvaguardar o seu direito à qualidade dos

---

<sup>249</sup> Cit. *Ibidem*.

<sup>250</sup> ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos I, Fontes, Formação*, 5.ª Ed., p. 168, «a expressão contratos de adesão tem subjacente um modo particular de formação dos contratos – a obtenção do consenso por adesão».

<sup>251</sup> Cfr. GLITZ, Frederico Eduardo Zenedin, «Consumidor e Telefonía: Breves Apontamentos sobre a Cláusula de Fidelização e o Prazo de Instalação»: in *Associação Portuguesa de Direito do Consumo* n.º 61, Coimbra, 2010, p. 152; CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 526.

<sup>252</sup> A cláusula 32 das «Condições Gerais de Prestação de Serviços da TVCABO ANGOLA estabelece que «o contrato vigora por um período inicial de seis meses, com início à data da conclusão da instalação e da ligação do serviço contratado pelo cliente...».

<sup>253</sup> Cfr. Neste sentido, CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 526.

<sup>254</sup> Refere PRATA, Ana, *Contratos de Adesão e Cláusulas Contratuais Gerais*, p. 520, «...o consumidor só se apercebe da qualidade dos serviços após o início da sua prestação, pelo que, ainda que não se possa em rigor considerar a prestação defeituosa, só então se pode realmente apreciar a utilidade do instrumento contratual

serviços prestados e à protecção dos seus interesses económicos, justifica-se que o mesmo tenha o direito de se desvincular do contrato (art. 9.º, n.ºs 1 e 2 da LDC), apesar da cláusula de fidelização. Por isso, o fornecedor deve informar<sup>255</sup> de forma clara e adequada o consumidor sobre todas as características do serviço prestado, incluindo a sua qualidade.

### 3. Cumprimento e Incumprimento do contrato

Neste ponto da dissertação, procede-se à análise dos principais aspectos relacionados com o cumprimento e o incumprimento dos contratos relativos às comunicações electrónicas.

Em Angola, como referimos, por falta de legislação específica para a resolução de conflitos de consumo em sede de determinados contratos, vigora a LDC, a Lei das Cláusulas Gerais dos contratos e, subsidiariamente, o Código Civil, que é aplicável a todas as situações não previstas na LDC.

Assim, não havendo na LDC e na LCGC normas específicas sobre o cumprimento e incumprimento dos contratos de consumo, aplica-se subsidiariamente o regime geral do Código Civil relativo ao cumprimento e incumprimento das obrigações, previsto nos art.s 762.º a 836.º.

#### 3.1. Cumprimento

Em conformidade com o art. 762.º, n.º 1 do CC, «o devedor cumpre a obrigação quando realiza a prestação a que está vinculado», a qual deve ser realizada integralmente e não por partes, estando aqui subjacente o princípio da integralidade da prestação, excepto nos casos em que as partes convencionem um regime diferente (pagamento fraccionado), ou resulte duma imposição legal ou dos usos (art. 763.º, n.º 1).

Este princípio surge como o vector fundamental em matéria de cumprimento do contrato<sup>256</sup>, encontrando-se previsto no art. 406.º, n.º 1 do CC, dele decorrendo «a exigência de uma correspondência integral em todos os aspectos<sup>257</sup>, entre a prestação efectivamente realizada e aquela a que o devedor (prestador de serviços) se encontra

---

para a satisfação da sua necessidade ou interesse, isto é, só então está em condições de poder querer fazer cessar o contrato...».

<sup>255</sup> A Lei dos Serviços Públicos Essenciais portuguesa impõe este dever ao prestador de serviços, no seu art. 4.º, sendo que, segundo SIMÕES, Fernando Dias. ALMEIDA, Mariana Pinheiro, ob. cit., p. 76, o legislador, ao consagrar este dever, «teve em consideração as novas tecnologias associadas aos serviços de telecomunicações...».

<sup>256</sup> Cfr. Leitão, Luís, Manuel Teles de Menezes, ob. cit., p. 135.

<sup>257</sup> A pontualidade significa que «só há cumprimento quando a prestação é efectuada ponto por ponto, tal como é devida e nas condições em que é devida...», cit. SÁ, Fernando Augusto Cunha, *Direito ao Cumprimento e Direito a Cumprir*, Almedina, Coimbra, 199, p. 8.

vinculado, sem o que se verificará uma situação de incumprimento ou pelo menos de cumprimento defeituoso»<sup>258</sup>.

A prestação principal do profissional nos contratos relativos a comunicações electrónicas consiste na prestação do serviço conforme o acordado e a prestação do consumidor no pagamento de um preço<sup>259</sup>. Deste princípio (da pontualidade) resulta, igualmente, a proibição de qualquer alteração à prestação devida.

Para além da obrigação de cumprir a prestação a que estão (as partes) vinculadas, o n.º 2 do art. 762.º do CC estabelece que, tanto no cumprimento da obrigação como no exercício do direito correspondente, devem as partes agir de boa fé<sup>260</sup>.

Suponha-se, por exemplo, que a empresa **X** celebrou com **B** (consumidor) um contrato de fornecimento de serviços de televisão por cabo, em que **B** teria direito a um pacote com 30 canais. Porém, dias após a celebração do contrato, dois dos 30 canais deixam de funcionar.

Aplicado o princípio da pontualidade ao exemplo dado, estaremos perante uma situação de incumprimento<sup>261</sup>, uma vez que o fornecedor deve cumprir a sua obrigação tal como foi acordado no contrato<sup>262</sup> (art. 406.º, n.º 1 do CC), ainda que o não funcionamento dos dois canais tiver como causa problemas técnicos, a empresa é responsável pelos danos que causar ao consumidor<sup>263</sup> (art. 10.º, n.º 2 da LDC).

A lei determina que as partes devem, no cumprimento das suas obrigações, agir com base no princípio da lealdade e da boa fé<sup>264</sup>, impedindo não só comportamentos desleais, como impondo também deveres de colaboração entre si.

Pode assim dizer-se que o princípio da boa fé em sentido objectivo, acompanha a relação contratual desde a sua formação, permanecendo durante toda a sua vigência e subsistindo mesmo após a sua extinção<sup>265</sup>, pois, a boa fé é uma condicionante importantíssima ao aperfeiçoamento do contrato em análise, na medida em que impõe aos

---

<sup>258</sup> Cfr. *Ibidem*.

<sup>259</sup> Cfr. CARVALHO, Jorge Morais, ob. cit., p. 545.

<sup>260</sup> No mesmo sentido, MARTINEZ, Pedro Romano, ob. cit., p. 249.

<sup>261</sup> Neste sentido, refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, «Serviços Públicos Essenciais, Contratos Privados»..., p. 134; «a prestação sem qualidade devida constitui cumprimento defeituoso».

<sup>262</sup> Cfr. ANDRADE, Maria Paula Gouveia, *Prática de Direito das Obrigações, Questões teóricas e Hipóteses Resolvidas*, Quid Juris., Lisboa, 2008, p. 69; no mesmo sentido, VARELA, Antunes, *Das Obrigações em Geral*, Vol. II, 7.ª Ed., Almedina, Coimbra, 1997, p.60.

<sup>263</sup> Como refere ANDRADE, Maria Paula Gouveia, ob. cit., p. 69, «o referido incumprimento é imputável ao devedor se puder atribuir-se a uma sua conduta voluntária, caso em que será responsável pelos prejuízos causados ao credor»; no mesmo sentido, ALMEIDA, Carlos Ferreira de, «Serviços Públicos Essenciais, Contratos Privados» ..., p. 135.

<sup>264</sup> Cfr. Arts. 15.º, n.º 1 da LDC, e 227.º, 239.º e 762.º, n.º 2 do CC.

<sup>265</sup> Cfr. PINTO, Alberto da Mota. MONTEIRO, António Pinto. PINTO, Paulo Mota, ob. cit., p. 125.

contraentes um dever de agir com lealdade, tendo como objectivo a realização plena do fim contratual<sup>266</sup>.

Quando se fala em boa fé objectiva<sup>267</sup>, fala-se antes de qualquer outro aspecto da informação sobre o que está sendo contratado, na medida em que, o dever de informar clara e adequadamente o consumidor sobre todos os aspectos contidos no contrato que recai sobre o prestador de serviços, encontra-se contido no princípio da boa fé<sup>268</sup>.

«Efectivamente, a obrigação consiste no dever de adoptar uma conduta em benefício de outrem. Estão assim em causa no vínculo obrigacional regras de comportamento que, se adequadamente respeitadas, proporcionarão a satisfação do direito de crédito, mediante a realização pelo devedor, sem que daí resultem danos para qualquer das partes»<sup>269</sup>.

### 3.2. Incumprimento - Direitos do consumidor

Verifica-se o não cumprimento de uma obrigação, sempre que a respectiva prestação deixa de ser efectuada nos termos acordados<sup>270</sup>, ou a sua «realização em termos que não correspondam à adequada satisfação do interesse do credor<sup>271</sup>».

O princípio básico constante do CC é o de que o devedor (prestador de serviços) que falta culposamente ao cumprimento da obrigação se torna responsável pelos prejuízos causados ao credor (consumidor), nos termos do art. 798.º do CC, obrigando-se o devedor a indemnizar o credor pelos danos resultantes da não realização da prestação a que se vinculou (art. 762.º, n.º 1), salvo nos casos fortuitos ou de força maior<sup>272</sup>. Todavia, cabe ao

---

<sup>266</sup> Cfr. MONTEIRO, António Pinto, A Protecção do Consumidor de Serviços Públicos Essenciais: in *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 2, Centro de Direito do Consumo, Coimbra, 2000, p. 342.

<sup>267</sup> Como refere ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Contratos, I, Fontes, Formação*, 5.ª Ed., p. 198, «...as regras da boa fé são reconhecidas e recortadas pelas instâncias jurídicas como instrumento para, em certos casos e sempre em conjunto com regras jurídicas, corrigir os resultados da aplicação do direito estrito»; no mesmo sentido, refere PINTO, Carlos Alberto da Mota. MONTEIRO, António Pinto. PINTO, Paulo Mota, ob. cit., p. 125, o princípio da boa fé ajusta-se e contribui para uma vista do direito, em conformidade com o que subjaz ao Estado de Direito social dos nossos dias, intervencionista e preocupado em corrigir desequilíbrios e injustiças, para lá das meras justificações e formações.

<sup>268</sup> Cfr. MONTEIRO, António Pinto, ob. cit., p. 343.

<sup>269</sup> Cit. LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das obrigações. Vol. I., Introdução da Constituição das Obrigações*, Almedina, Coimbra, 2000, p. 50.

<sup>270</sup> Cfr. COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 5.ª Ed., Almedina, Coimbra, 1991, p. 881.

<sup>271</sup> Cit. LEITÃO, Luís Manuel de Menezes, *Direito das Obrigações. Vol. II, 7.ª Ed.*, Almedina, Coimbra, 2010, p. 235.

<sup>272</sup> Cfr. Neste sentido, LEITÃO Luís Manuel Teles de Menezes, ob. cit., p. 257; VARELA, Antunes, ob. cit., p. 66; no mesmo sentido, refere MARTINEZ, Pedro Romano, *Da Cessação do Contrato*, Almedina, Coimbra, 2005, p. 76, em situações que admitem haver quebra do equilíbrio contratual, a parte lesada pode resolver o contrato. A perda do equilíbrio contratual vem prevista no instituto da alteração das circunstâncias; no mesmo sentido, refere ASCENSÃO, José de Oliveira, «Direito Civil e Direito do Consumidor»..., p. 174, a alteração das circunstâncias é importante porque põe em causa a base do negócio, fazendo com que o mesmo fique sem ter condições para vincular, atingindo, não apenas o consumidor, mas também a obrigatoriedade de qualquer contrato.

devedor (prestador de serviços) fazer prova desses factos, ou seja, de que não teve culpa na violação do vínculo obrigacional, sendo isto o que se pode ler nos art.s 10.º, n.º 2 da LDC e 799.º, n.º 1 do CC.

É comum, na prática negocial angolana, nos contratos relativos a comunicações electrónicas, sobretudo na prestação de serviços de televisão por cabo e internet, a ocorrência de factos diferentes do previsto no contrato no momento da celebração do mesmo e da sua execução. Na fase da contratação é acordado entre as partes que os serviços a serem prestados são de boa qualidade. Porém, na fase da sua execução, o consumidor apercebe-se de que a qualidade não é boa, de que há perda constante do sinal, canais inoperantes, lentidão no processamento de dados, péssima qualidade de comunicação, mormente nos serviços de internet e telefonia móvel.

«A qualidade de um serviço revela-se, sem dúvida, determinante para a competitividade dos agentes económicos bem como para assegurar as condições de via e escolha económica realizadas pelos tentes dos serviços e dos consumidores em particular»<sup>273</sup>.

Uma outra situação é a da inclusão no contrato de prestação de serviços de internet de cláusulas, nos termos das quais o consumidor deve pagar certo valor para ter uma internet durante um mês, podendo, com o mesmo valor, baixar ficheiros durante aquele mesmo período. Acontece que, na tentativa de baixar um ficheiro, o consumidor pode notar uma enorme lentidão no seu processamento e verificar que o saldo acaba (no mesmo instante), sem ter conseguido baixar o mesmo ficheiro. Assiste-se aqui claramente a uma situação de incumprimento da obrigação contratual<sup>274</sup>, por parte do prestador de serviços de comunicações electrónicas, uma vez, que não cumpre com os termos contratualmente previstos<sup>275</sup> (art. 762.º, n.º 2 do CC).

As relações entre as pessoas pressupõem um mínimo de confiança, sem a qual não seriam possíveis<sup>276</sup>. A confiança consiste na crença depositada pelo consumidor no serviço contratado, a fim de que sejam alcançados os fins esperados, protegendo-se, assim, as suas legítimas expectativas<sup>277</sup> (art. 5.º da LDC).

Na responsabilidade obrigacional, o que está em causa não é a violação de um dever genérico de respeito, mas antes a violação de uma obrigação, através da não execução pelo

---

<sup>273</sup> Cit. SIMÕES, Fernando Dias. ALMEIDA, Mariana Pinheiro, ob. cit., p. 119.

<sup>274</sup> Como refere COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 7.ª Ed., Almedina, Coimbra, 1998, p. 28, «outra perspectiva utilizada para a definição das modalidades de incumprimento atende ao seu efeito ou resultado, no que concerne à relação obrigacional».

<sup>275</sup> Entende VASCONCELOS, Pedro Pais, *Teoria Geral do Direito Civil*, 6.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2010, p. 22, o princípio da boa fé «tem um sentido moral profundo e pode exprimir-se pelo mandamento de que cada um fique vinculado em fé de palavra dada, e a confiança, que constitui a base imprescindível de todas relações humanas, não deve ser frustrada nem abusada e que cada um se deve comportar como é próprio de uma pessoa honrada, de uma boa pessoa».

<sup>276</sup> Cfr, VASCONCELOS, Pedro Pais, *Teoria Geral do Direito Civil*. 3.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2005, p. 19 e ss.

<sup>277</sup> Cfr. PALUDO, Daniela Maria, *Princípios Adoptados pelo Código de Defesa do Consumidor*, www.Univates.br. visto às 14/10 de 26-06-213.

devedor (prestador de serviços) da prestação a que está obrigado. No entanto, esse não cumprimento da prestação tem de ser imputável ao devedor, acrescentando assim à ilicitude, como requisito da culpa, o pressuposto da responsabilidade obrigacional<sup>278</sup>.

Sempre que se verifique uma situação em que a falta ou prestação insuficiente seja imputável ao prestador de serviços de comunicações electrónicas, determina o CC, no seu art. 801.º, n.º 1 que o prestador de serviços (devedor) é responsável pelo incumprimento da obrigação a que estiver adstrito, nos casos em que a obrigação tem por fonte um contrato bilateral<sup>279</sup>, como acontece nos contratos em análise, em que o consumidor tem a obrigação de pagar o preço pelos serviços que lhe são prestados e o prestador de serviços está obrigado a prestar o serviço.

O consumidor, para além do direito à indemnização em caso de dano<sup>280</sup> resultante do incumprimento do contrato, tem também o direito à resolução<sup>281</sup> do contrato, exigindo a restituição por completo de tudo quanto houver prestado<sup>282</sup>, em conformidade com os art.s 12.º da LDC, 798.º e 801.º, n.º 2 do CC. Todavia, sendo os contratos relativos a comunicações electrónicas contratos de execução continuada (são aqueles cujo cumprimento se prolonga ininterruptamente no tempo), a resolução do contrato não abrange as prestações já realizadas, «excepto se entre estas e a causa de resolução existir um vínculo que legitime a resolução de todas elas» (art. 434.º, n.º 2 do CC). Assim, o consumidor não pode exigir a restituição de tudo quanto houver prestado durante a vigência do contrato.

O art. 10.º, n.º 2 da LDC estabelece que o fornecedor de serviços responde independentemente de culpa<sup>283</sup> pelos danos que causar ao consumidor, pela má qualidade dos serviços prestados, o que mostra, mais uma vez, a pretensão do legislador em proteger a parte mais fraca nas diversas relações de consumo.

---

<sup>278</sup> Cfr. Neste sentido, LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, *Direito das Obrigações, Transmissão e Extinção da Obrigação, Não Cumprimento e Garantia do Crédito*, vol. II, 2.ª Ed., p. 239.

<sup>279</sup> Cfr. Neste sentido, MARTINEZ, Pedro Romano, *Da Cessação do Contrato*, p. 73.

<sup>280</sup> Segundo LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, ob. cit., pp. 239-240, não há constituição da obrigação de indemnizar, se não se verificar um dano e este dano seja causado pelo devedor como consequência do incumprimento do contrato; no mesmo sentido, FARIA, Jorge Ribeiro de, «A Natureza da Indemnização no Caso de Resolução do Contrato»: in *Estudos em Comemoração dos Cinco Anos da Faculdade de Direito da Universidade do Porto*, Coimbra Editora, Coimbra, 2001, p. 20.

<sup>281</sup> Segundo NETO, Abílio, *Código Civil Anotado*, 17.ª Ed., p. 759, a resolução a que se refere o art. 801.º, n.º 2 do CC opera-se por meio de declaração unilateral, receptícia do credor (art. 436 do CC) tornando-se irrevogável no momento em que chega ao devedor ou em que este tenha conhecimento da mesma (art.s 224.º, n.º 1 e 23.º, n.ºs 1 e 2 do CC), gozando a mesma de eficácia retroactiva.

<sup>282</sup> Neste sentido, OLIVEIRA, Nuno Manuel Pinto, *O Não Cumprimento das Obrigações*, 2.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2009, pp. 65 e ss.

<sup>283</sup> A mesma lei, estabelece no art. 10.º, n.º 2 conjugado com o art.º 799.º, n.º 1 do CC, uma excepção no caso em que o prestador de serviços prove que, tendo prestado o serviço o defeito não existia ou tenha havido culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

O art. 12.º estabelece que o prestador de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios<sup>284</sup> para o consumo ou lhes diminuam o valor, podendo o consumidor, caso pretenda, dar seguimento ao contrato celebrado ainda que se verifique uma situação de vícios nos serviços prestados, podendo exigir:

- a) A reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;
- b) A restituição imediata da quantia paga, sem prejuízos de eventuais perdas e danos;
- c) A redução proporcional do preço.

Assim, o legislador angolano, preocupado em salvaguardar os direitos e interesses económicos do consumidor, determinou que a resolução não prejudica o direito à indemnização, podendo ambos ser exercidos cumulativamente.

---

<sup>284</sup> A LDC, no art. 12.º, § 2 define como sendo serviços impróprios para o consumo aqueles que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

## CONCLUSÃO

A implementação da economia de mercado ocasionou uma maior circulação de bens e serviços, que, por sua vez, se repercutiu de forma significativa na situação dos consumidores.

No âmbito da progressiva oferta de bens e serviços, surgiram situações de desequilíbrios nas relações de consumo, em que, quase sempre, em função do seu conhecimento técnico e especializado face à vulnerabilidade do consumidor, o profissional aparece em situação de vantagem.

Com vista a minimizar e, quiçá, mitigar os desequilíbrios nas relações de consumo, mormente no que aos direitos e garantias do consumidor respeita, o Estado angolano criou mecanismos legais de prevenção e de reacção a tais situações, reconhecendo na Constituição os direitos do consumidor como direitos fundamentais e, através da Lei de Defesa do Consumidor, criou um regime especial para a protecção do consumidor, conferindo a este um conjunto de mecanismos como meio de defesa contra todas as práticas comerciais que atentem contra os seus direitos.

O reconhecimento e a protecção legal conferida ao consumidor bem como a sua formação e informação contribuíram, não apenas, para o reforço das suas garantias, mas também, para o cumprimento por parte dos operadores económicos dos respectivos deveres nas relações de consumo, com repercussões significativas na efectivação dos direitos do consumidor.

Da Lei de Defesa do Consumidor, decorre um regime de responsabilidade pelos danos causados ao consumidor, que prevê a possibilidade de, em determinadas situações, todos intervenientes na cadeia de produção e distribuição dos bens e serviços serem responsabilizados, não apenas administrativa e civilmente, mas também penalmente, assegurando, de igual modo, ao consumidor, o acesso à justiça, individualmente ou mediante entidades legitimadas para a sua defesa, com vista a obter a reparação efectiva dos seus direitos, quando violados.

Os contratos relativos a comunicações electrónicas integram um sector relativamente novo e em grande crescimento em Angola. Com efeito, afigura-se necessária a intervenção do Estado no sentido da criação de diplomas legislativos e regulamentares específicos, com vista a fornecer uma disciplina legal aos operadores do comércio de serviços de comunicação electrónica em particular e, de modo geral, em todos os domínios em que estejam em causa direitos e interesses do consumidor e, concomitantemente instaurar o equilíbrio nas relações de consumo.

A ausência de estudos sobre a matéria em Angola e a dificuldade de obtenção de documentos e outros dados relevantes para a elaboração do presente estudo, concorreram para que o mesmo aparecesse como algo singelo.



Não obstante, reconhecemos significativa importância ao presente estudo, na medida em que contribuirá, não só para a divulgação dos direitos do consumidor, mas também, para chamar a atenção, por um lado, do legislador, no sentido de disciplinar legalmente as práticas comerciais conexas com os direitos do consumidor e, por outro, de outros estudiosos, no sentido de se debruçarem sobre este tema do direito tão pouco explorado e, assim, contribuirão para o enriquecimento da literatura jurídica sobre o Direito do Consumo angolano.

## BIBLIOGRAFIA

ALEXANDRINO, José de Melo, «O Papel dos Tribunais na Protecção dos Direitos Fundamentais»: in *O Direito*, Ano 142.º, V, Almedina, Coimbra, 2010, pp. 865-881.

ALMEIDA, Carlos Ferreira de, «A Crise do Direito do Consumo»: in *A crise e o Direito*, Coleção SPEED, Vol. 6, Almedina, Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa, Coimbra, 2013, pp. 215-223.

– *Contratos I, Conceito, Fonte, Formação*, 5.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2013.

– *Contratos II, Conteúdo, Contratos de Troca*, 2.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2011.

– *Contratos I, Fontes, Formação*, 3.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2005.

– *Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2005.

– «Qualidade do Objecto Contraual»: in *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 7, Centro de Direito do Consumo, Coimbra, 2005, pp. 17-47.

– «Serviços Públicos Essenciais, Contratos Privados»: in *Estudos em Homenagem à Professora Doutora Isabel de Magalhães Colaço*, Vol. II, Almedina, Coimbra, 2002, pp. 117-143.

– *Os Direitos dos Consumidores*, Almedina, Coimbra, 1982.

ALVES, João, *Direito dos Consumidores, Textos e Peças Processuais*, Coimbra Editora, Coimbra, 2006.

ANDRADE, José Carlos Vieira, *Os Direitos Fundamentais na Constituição da República Portuguesa de 1976*, 4.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2009.

– «Os Direitos Fundamentais na Constituição da República Portuguesa de 1976»: in *Estudos de Direito do Consumidor*, n.º 5, Centro de Direito do Consumo, Coimbra, 2003, pp. 139-161.

ANDRADE, Maria Paula Gouveia, *Prática de Direito das Obrigações, Questões Práticas e Hipóteses Resolvidas*, Quid Juris, Lisboa, 2008.

ANTUNES, José A. Engrácia, *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, Coimbra, 2011.

ASCENSÃO, José de Oliveira, «Direito Civil e Direito do Consumidor»: in *Themis, Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa*, Edição Especial – Código Português (Evolução e Perspectivas), 2008, pp. 163-182.

– *Concorrência Desleal*, Almedina, Coimbra, 2002.

BARBIEIRI, Diovana, *Direitos Fundamentais dos Consumidores: A sua Aplicabilidade Directa nas Relações Jurídico-Privadas, À Luz dos Ordenamentos Jurídicos da Espanha, Portugal e Brasil*, Editorial Juruá, Lisboa, 2012.

– «A Vinculação dos Poderes Particulares aos Direitos Fundamentais dos Consumidores na Ordem Jurídica Portuguesa: Pode-se/Deve-se pensar em Eficácia Horizontal Directa?»: in *Estudos de Direito do Consumidor*, Centro de Direito do Consumo, n.º 8, Coimbra, 2006/2007, pp. 293-340.

BARRA, Tiago Viana, «Breves Considerações sobre Responsabilidade e Tutela dos Direitos Fundamentais»: in *O Direito*, Ano 144.º, I, Almedina, Coimbra, 2012, pp. 131-164.

– «A Responsabilidade dos Poderes Públicos pela Violação de Direitos Fundamentais»: in *Revista da Ordem dos Advogados*, Ano 71, Lisboa, Outubro/Dezembro, 2011, pp. 1157-1190.

BARROS, José Manuel de Araújo, *Cláusulas Contratuais Gerais*, Coimbra Editora, Coimbra, 2010.

BORGES, J. Marques, *Direito Penal Económico e Defesa do Consumidor*, Rei dos Livros, Lisboa, s/d.

CAMPOS, Carlos da Siva, *Contratos de Adesão e a Defesa do Consumidor*, Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, Lisboa, 1990.

– A Responsabilidade do Produtor pelos danos Causados por Produtos Defeituosos, Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, Lisboa, 1988.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes. MOREIRA, Vital, *Constituição da República Portuguesa Anotada*, Vol. I, 4.ª Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2007.

– *Constituição da República Portuguesa Anotada*, 3.ª Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 1993.

CARDOSO, Elionora, *Lei de Defesa do Consumidor, Comentada e Anotada*, Coimbra Editora, Coimbra, 2012.

– *Os Serviços Públicos Essenciais, A sua Problemática no Ordenamento Jurídico Português*, Coimbra Editora, Coimbra, 2010.

CARPENA, Heloisa, «O Ministério Público e a Defesa do Consumidor»: in *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, n.º 72, Associação Portuguesa de Direito do Consumo, Setembro, 2012, pp. 11-27.

CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2013.

– *Os Contratos de Consumo, Reflexão sobre a Autonomia Privada no Direito de Consumo*, Almedina, Coimbra, 2012.

– «Práticas Comerciais Desleais das Empresas face aos Consumidores»: in *Revista de Direito das Sociedades*, Ano III, I, Almedina, Coimbra, 2011, pp. 189-219.

CARVALHO, Luís Cláudio, *O Papel do Ministério Público na Defesa do Consumidor, Em busca da eficiência social das normas de protecção do Consumidor*, 3.º vol., Campos dos Goyatazes, [s.l.], 2006.

CENEVIVA, Walter, *Publicidade e Direito do Consumidor*, Editora dos Tribunais, São Paulo, 1991.

*Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto*, 6.ª Ed., Forense Universitária, Brasil, 1999.

CORDEIRO, António Menezes, «Da Natureza Civil do Direito do Consumo»: in *O Direito*, Ano 136.º, IV, 2004, pp. 605-640.

– *Tratado de Direito Civil Português*, Vol. I., Parte Geral, Tomo I, Almedina, Coimbra, 1999.

– *Tratado de Direito Civil Português*, Almedina, Coimbra, 1999.

CORREIA, Cosete. SANTOS, Beja, *A Educação do Consumidor na Escola, Aspectos Práticos da Transdisciplinaridade*, Instituto do Consumidor, Lisboa, 1997.

COSTA, Mário Júlio de Almeida, *Direito das Obrigações*, 7ª Ed., Almedina, Coimbra, 1998.

– *Direito das Obrigações*, 5.ª Ed., Almedina, Coimbra, 1991.

CHAVES, Rui Moreira, *Regime Jurídico da Publicidade*, Almedina, Coimbra, 2005.

CRUZ, Duarte Ivo. SIQUEIRA, Nuno de, «Notas sobre a Defesa do Consumidor»: in *Cadernos de Ciências e Técnica Fiscal*, n.º 149, Lisboa, 1972, pp. 41-88.

DIAS, Augusta Silva, *Entre Comes e Bebes, Debate de Algumas Questões Polémicas no Âmbito da Protecção do Consumidor, Direito Penal Económico e Europeu, Textos Doutrinários*, Vol. III, Coimbra Editora, Coimbra, 2009.

DUARTE, Jorge Dias, «Da Tutela do Consumidor em Portugal e do papel do Ministério Público»: in *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, n.º 71, Associação Portuguesa de Direito do Consumo, 2012, pp. 41-62.

FARIA, Jorge Ribeiro de, «A Natureza da Indemnização no caso de Resolução do Contrato»: in *Estudos em Comemoração dos Cinco Anos da Faculdade de Direito da Universidade do Porto*, Coimbra Editora, Coimbra, 2001, pp. 11-62.

FERNANDES, Orlando, *O Dever de informação na Lei Angolana sobre as Cláusulas Contratuais Gerais*, tese de mestrado apresentada na Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2004.

FERREIRA, Manuel Ataíde. RODRIGUES, Luís Silveira, *Cláusulas Contratuais Gerais, Anotações ao Diploma*, DECO, Lisboa, 2011.

FROTA, Mário, «Os Serviços de Interesse Geral e o Princípio Fundamental da Protecção dos Interesses Económicos do Consumidor»: in *MaiaJurídica*, Ano V, n.º 2, 2007, pp. 39-63.

GERARES, Ana Luísa, *O Direito da publicidade*, Instituto do Consumidor, Lisboa, 1999.

GOMES, Carla Amado, «Os Novos Trabalhos do Estado: A Administração Pública e a Defesa do Consumidor»: in *Estudos do Instituto de Direito do Consumo*, Almedina, Coimbra, 2002, pp. 31-61.

GLITZ, Frederico Eduardo Zenedin, «Consumidor e Telefonía: Breves Apontamentos sobre a Cláusula de Fidelização»: in *Associação Portuguesa de Direito do Consumo*, n.º 61, 2010, Coimbra, pp. 145-159.

JOSÉ, Pedro Quartim Graça Simão, *O Novo Direito da Publicidade*, Vislis Editores, Lisboa, 1998.

KHOURI, Paulo R. Roque A, *Direito do Consumidor, Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo*, 3.ª Ed., Editora Atlas S.A, São Paulo, 2006.

LEITÃO, Luís Manuel Teles de Menezes, «As Práticas Comerciais Desleais nas Relações de Consumo»: in *Revista da Ordem dos Advogados*, Ano 71, Lisboa, Abril/Junho, 2011, pp. 423-445.

– *Direito das Obrigações, Transmissão e Extinção da Obrigação, Não Cumprimento e Garantias do Crédito*, Vol. II., 7.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2010.

– *Direito das Obrigações, Transmissão e Extinção da Obrigação, Não Cumprimento e Garantia do Crédito*, vol. II, 2.ª Ed., Almedina, Coimbra, 2003.

– «O Direito do Consumo: Autonomização e Configuração Dogmática»: in *Estudos do Instituto de Direito do Consumo*, Vol. I, Almedina, Coimbra, 2002, pp. 11-30.

– *Direito das Obrigações, Vol. I, Introdução da Constituição das Obrigações*, Almedina, Coimbra, 2000.

LIZ, José Pegado, *Introdução ao Direito e à Política do Consumo*, Notícias Editorial, Lisboa, 1999.

MAC CRORIE, Benedita Ferreira da Silva, *A Vinculação dos Particulares aos Direitos Fundamentais*, Almedina, Coimbra, 2005.

MAMEDE, Gladston, *Direito do Consumidor no Turismo, Código De Defesa do Consumidor Aplicado aos Contratos, aos Serviços e ao Marketing do Turismo*, Editora Atlas S.A, São Paulo, 2004.

MARTINEZ, Pedro Romano, *Direito das Obrigações, Programa 2010/2011, Apontamentos*, AAFDL, Lisboa, 2011.

– *Da Cessação do Contrato*, Almedina, Coimbra, 2005.

MELO, Diogo Leonardo Machado de, «Princípios do Direito dos Contratos: autonomia privada, relatividade, força obrigatória, consensualismo»: in *Teoria Geral dos Contratos*, Editora Atlas S.A, São Paulo, 2011.

MIRANDA, Jorge, *Manual de Direito Constitucional*, Tomo IV, 5.<sup>a</sup> Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2012.

– «A Constituição de Angola de 2010»: in *O Direito*, Ano 142.<sup>o</sup>, I, Almedina, Coimbra, 2010, pp. 9-39.

MONTEIRO, Ana Paula dos Santos, *Direito de Arrependimento e Dever de Informação*, [s.n.], Coimbra, 2009.

MONTEIRO, António Pinto, «A Contratação em Massa e a Protecção do Consumidor numa Economia Globalizada»: in *Revista de Legislação e Jurisprudência*, Ano 139.<sup>o</sup>, n.<sup>o</sup> 3961, 2010, pp. 221-235.

– «Breve Nótula sobre a Protecção do Consumidor na Jurisprudência Constitucional»: in *Direitos Fundamentais e Direito Privado – Uma Perspectiva de Direito Comparado*, Almedina, Coimbra, 2007, pp. 293-304.

– «A Protecção do Consumidor de Serviços Públicos Essenciais»: in *Estudos de Direito do Consumidor*, n.<sup>o</sup> 2, Centro de Direito do Consumo, Coimbra, 2000, pp. 333-350.

– «A Protecção do Consumidor de Serviços de Telecomunicações»: in *As Telecomunicações e o Direito na Sociedade de informação*, Instituto Jurídico da Comunicação, Coimbra, 1999, pp. 139-157.

– «Contratos de Adesão: O Regime Jurídico das Cláusulas Contratuais Gerais Instituído pelo Decreto-Lei n.<sup>o</sup> 446/85, de 25 de Outubro»: in *Revista da Ordem dos Advogados*, Ano 46, Lisboa, 1986, pp. 733-769.

NETO, Abílio, *Código Civil Anotado*, 17.<sup>a</sup> Ed., Ediforum, Lisboa, 2010.

NOVÁIS, Jorge Reis, *Direitos Sociais, Teoria Jurídica dos Direitos Sociais enquanto Direitos Fundamentais*, Coimbra Editora, Coimbra, 2010.

NUNES, Pedro Caetano, «Comunicação da Cláusulas Contratuais Gerais»: in *Estudos em Homenagem ao Professor Carlos Ferreira de Almeida*, Vol. II, Almedina, Coimbra, 2011, pp. 507-534.

OLIVEIRA, Nuno Manuel Pinto, *Estudos sobre o Não Cumprimento das Obrigações*, 2.<sup>a</sup> Ed., Almedina, Coimbra, 2009.

OLIVEIRA, Elsa Dias, «Práticas Comerciais Proibidas»: in *Estudos do Instituto de Direito do Consumidor*, Instituto de Direito do Consumo, Lisboa, 2006, pp. 147-173.

PINTO, Carlos Alberto da Mota. MONTEIRO, António Pinto. PINTO, Paulo Mota, *Teoria Geral do Direito Civil*, 4.<sup>a</sup> Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2012.

PRATA, Ana, *Contratos de Adesão e Cláusulas Contratuais Gerais*, Almedina, Coimbra, 2010.

– *Dicionário Jurídico*, 4.<sup>a</sup> Ed., Almedina, Coimbra, 2006.

– *Notas sobre a Responsabilidade Pré – Contratual*, [s.n.], Lisboa, 1991.

RIBEIRO, Gustavo Pereira Leite, *Arbitragem nas Relações de Consumo*, Juruá Editora, Curitiba, 2006.

RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, *O Consumidor no Direito Angolano*, Almedina, Coimbra, 2009.

SÁ, Fernando Augusto de, *Direito ao Cumprimento e Direito a Cumprir*, Almedina, Coimbra, 1997.

SANTOS, Ana Clara, [et al], *A Educação do Consumidor, Elementos para a sua Compreensão*, Instituto do Consumidor, [s. l.], depósito legal: 117289/97.

SILVA, João Calvão da, *Venda de Bens de Consumo*, 3.<sup>a</sup> Ed., Almedina, Coimbra, 2006.

– *Compra e Venda de Coisas Defeituosas, Conformidade e Segurança*, 3.<sup>a</sup> Ed., Almedina, Coimbra, 2004.

– *Compra e Venda de Bens de Consumo, Revista, Aumentada e Atualizada*, 4.<sup>a</sup> Ed., Almedina, Coimbra, 2002.

SIMÕES, Fernando Dias. ALMEIDA, Mariana Pinheiro, *Lei dos Serviços Públicos Essenciais, Anotada e Comentada*, Almedina, Coimbra, 2012.

SOUSA, Rabindranath Capelo de, *Teoria Geral do Direito Civil*, Vol. I, Coimbra Editora, Coimbra, 2003.

TELLES, Inocêncio Galvão, *Direito dos Contratos em Geral*, 4.<sup>a</sup> Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2010.

– *Manual dos Contratos em Geral, Refundido e Atualizado*, 4.<sup>a</sup> Ed., Coimbra Editora, Coimbra, 2002.

VARELA, Antunes, *Das Obrigações em Geral*, Vol. II, 7.<sup>a</sup> Ed., Almedina, Coimbra, 1997.

VASCONCELOS, Pedro Pais, *Teoria Geral de Direito Civil*, 7.<sup>a</sup> Ed., Almedina, Coimbra, 2012.

– *Teoria Geral de Direito Civil*, 6.<sup>a</sup> Ed., Almedina, Coimbra, 2010.

– *Teoria Geral de Direito Civil*, 3.<sup>a</sup> Ed., Almedina. Coimbra. 2005.

## **Legislação Angolana**

Constituição da República

Código Civil

Código Penal

Decreto n.º 9/03 (Estatuto orgânico do Instituto Nacional de Defesa do Consumidor)

Decreto Executivo n.º 33/00, de 25 de Maio (Regulamento sobre a Fixação de Preços em Estabelecimento Comerciais)

Lei n.º 5/90, de 7 de Abril (Lei da Procuradoria-Geral da República)

Lei n.º 15/03, de 22 de Julho (Lei de Defesa do Consumidor)

Lei n.º 4/03, de 18 de Fevereiro (Lei das Cláusulas Gerais dos Contratos)

Lei n.º 14/91, de 11 de Março (Lei das Associações)

Lei n.º 9/09, de 30 de Julho (Lei Geral da Publicidade)

Lei n.º 1/07, de 14 de Maio (Lei das Actividades Comerciais)

Lei n.º 14-A/96, de 31 de Maio (Lei Geral da Electricidade)

Lei n.º 6/99, de 3 de Setembro (Lei das Infrações contra Economia)

## **Legislação Portuguesa**

Constituição da República Portuguesa

Código Penal

Decreto-Lei n.º 69/2005, de 17 de Março (Segurança Geral de Produtos e Serviços)

Decreto-Lei n.º 383/89, de 6 de Novembro (Responsabilidade por Produtos Defeituosos)

Decreto-Lei n.º 143/2001, de 26 de Abril (Contratos Celebrados à Distância, ao Domicílio e Equiparados)



Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de Abril (Garantia na Venda de Bens de Consumo)

Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março (Práticas Comerciais das Empresas)

Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de Outubro (Lei das Cláusulas Contratuais Gerais)

Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de Outubro (Código da Publicidade)

Decreto-Lei n.º 28/84, de 20 de Janeiro (Infracções Antieconómicas)

Lei n.º 24/96, de 31 de Julho (Lei de Defesa do Consumidor)

Lei n.º 26/96, de 26 de Julho (Lei dos Serviços Públicos Essenciais)

### **Sítios na Internet**

[www.jornaldeangola.sapo.ao](http://www.jornaldeangola.sapo.ao)

[www.fap.com.br](http://www.fap.com.br)

[www.univates.br](http://www.univates.br)

[www.angolaemqualidade.blospot.com](http://www.angolaemqualidade.blospot.com)

## **ANEXO**

### **LEI N.º 15/03**

#### **DE 22 DE JULHO**

O actual quadro económico do País, com a já implementada economia de mercado e a previsível circulação de mercadoria, bens, serviços, pessoas e capitais, provoca alterações profundas na economia e sociedade angolana, com reflexos óbvios na situação dos consumidores.

O estabelecimento de uma política dinâmica que promova os interesses dos consumidores no mercado visa, sobretudo, fomentar uma política de reacção que busca proteger os interesses dos consumidores e oferecer vias de recurso para reparar os abusos e práticas prejudiciais, garantindo que os produtores, os distribuidores e todos quantos participem no processo de produção e distribuição de bens e serviços cumpram as leis e as normas obrigatórias vigentes.

A criação no nosso País de um sistema de protecção do consumidor em que se especifique as responsabilidades dos fornecedores para assegurar que os bens e serviços satisfaçam os requisitos normais de consumo, durabilidade, utilização e fiabilidade e sejam aptos para o fim a que se destinam, bem como contribuir para a eliminação da negligência na gestão, ajuda as empresas a serem mais eficientes e competitivas quanto à qualidade e preços dos bens e serviços e torna possível que os consumidores obtenham o máximo benefício dos seus recursos económicos.

Nestes termos, ao abrigo do disposto na alínea b) do artigo 88.º da Lei Constitucional, a Assembleia Nacional aprova o seguinte:

## **LEI DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

### **CAPÍTULO I**

#### **Princípios Gerais**

##### **Artigo 1.º (Objecto)**

A presente lei estabelece os princípios gerais da política de defesa do consumidor.

##### **Artigo 2.º (Dever geral de protecção)**

1. Ao Estado incumbe proteger o consumidor, apoiar a constituição e o funcionamento das associações de consumidores, bem como a execução do disposto na presente lei.

2. A incumbência geral do Estado na protecção dos consumidores pressupõe a intervenção legislativa e regulamentar adequada em todos os domínios envolvidos.

**Artigo 3.º**  
**(Definições e âmbito)**

1. Consumidor é toda pessoa física ou jurídica a quem sejam fornecidos bens e serviços ou transmitidos quaisquer direitos e que os utiliza como destinatário final, por quem exerce uma actividade económica que vise a obtenção de lucros.

2. Fornecedor é toda a pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados que desenvolvem actividades de produção, montagem, criação, construção, transportação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de bens ou prestação de serviços.

3. Bem é qualquer objecto de consumo ou um meio de produção, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

4. Serviço é qualquer actividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive às de natureza bancária, financeira, crédito e securitária, excepto as decorrentes das relações de carácter laboral.

5. Uso normal ou razoavelmente previsível é toda a utilização que se mostra adequada à natureza ou características do bem ou que respeita às indicações ou modos de uso aconselhados, de forma clara e evidente pelo produtor.

6. Consideram-se incluídos no âmbito da presente lei os bens e serviços fornecidos e prestados por organismos da administração pública, por pessoas colectivas públicas, por empresas de capitais públicos ou detidos maioritariamente pelo Estado e por empresas concessionárias de serviços públicos.

**CAPÍTULO II**  
**Direitos do Consumidor**

**Artigo 4.º**  
**(Direitos do consumidor)**

1. O consumidor tem direito:

- a) a qualidade dos bens e serviços;
- b) a protecção da vida, saúde e segurança física contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de bens e serviços considerados perigosos ou nocivos;
- c) a informação e divulgação sobre o consumo adequado dos bens e serviços, asseguramento à liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

- d) a protecção dos interesses económicos e contra a publicidade enganosa e abusiva;
- e) a efectiva prevenção e reparação dos danos patrimoniais e morais, individuais, homogéneos, colectivos e difusos;
- f) a protecção jurídica, administrativa, técnica e a facilitação da defesa dos seus direitos em juízo.

2. Os direitos previstos nesta lei não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que a República de Angola seja signatária da legislação interna ordinária, de regulamentos aprovados pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivam dos princípios gerais do direito, analogia e equidade.

### **Artigo 5.º**

#### **(Qualidade dos produtos e serviços)**

1. Os bens e serviços destinados ao consumo devem ser aptos a satisfazer os fins a que se destinam e produzir os efeitos que lhes atribuem, segundo as normas legalmente estabelecidas ou, na ausência delas, de modo adequado às legítimas expectativas do consumidor.
2. Sem prejuízo do estabelecimento de prazos mais favoráveis por convenção das partes ou pelos usos, o fornecedor de bens móveis não consumíveis está obrigado a garantir o seu bom estado e o seu bom funcionamento por período nunca inferior a um ano.
3. O consumidor tem direito a uma garantia mínima de cinco anos para os imóveis.
4. O decurso do prazo de garantia suspende-se durante o período de tempo em que o consumidor se achar privado do uso dos bens em virtude das operações de reparação resultantes de defeitos originários.

### **Artigo 6.º**

#### **(Protecção à saúde e à segurança física)**

1. Os bens e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, excepto os considerados normais e previsíveis em decorrência da sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.
2. É proibido o fornecimento de produtos ou serviços que, em condições de uso normal ou previsível, incluindo a duração, impliquem os riscos incompatíveis com a sua utilização, não aceitáveis em termos de protecção à saúde e à segurança física das pessoas.
3. Os serviços da administração pública que, no exercício das suas funções, tenham conhecimento da existência de produtos ou serviços proibidos, nos termos do número anterior, devem notificar tal facto às entidades competentes para a fiscalização do mercado.

4. Os organismos competentes da administração pública devem mandar apreender, retirar do mercado ou interditar os produtos e prestação de serviços que impliquem perigo para a saúde pública ou que não obedeçam os requisitos técnicos e utilitários, legalmente exigidos.

5. O fornecedor de bens ou serviços que posteriormente a sua introdução no mercado ou a sua prestação, tiver conhecimento da periculosidade que apresentam, deve comunicar o facto imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante avisos nos meios de comunicação social.

### **Artigo 7.º** **(Formação e educação)**

1. Ao Estado incumbe a promoção de uma política educativa para os consumidores, através da inserção nos programas e nas actividades escolares, bem como nas acções de educação permanente de matérias relacionadas com o consumo e os direitos dos consumidores, usando, designadamente, os meios tecnológicos próprios de uma sociedade de informação.

2. Ao Estado incumbe desenvolver acções e adoptar medidas tendentes à formação e à educação do consumidor, designadamente, através de:

- a) concretização no sistema educativo, em particular no ensino dos II e III níveis, de programas de actividades de educação para o consumo;
- b) apoio às iniciativas que neste domínio sejam promovidas pelas associações de consumidores;
- c) promoção de acções de educação permanente, de formação e sensibilização para os consumidores em geral;
- d) promoção de uma política nacional de formação de formadores e de técnicos especializados na área do consumo.

3. Os programas de carácter educativo difundidos no serviço público de rádio e de televisão devem integrar espaços destinados à educação e formação do consumidor.

### **Artigo 8.º** **(Informação em geral)**

Ao Estado incumbe desenvolver acções e adoptar medidas tendentes à informação em geral do consumidor, designadamente, através de:

- a) apoio às acções de informação promovidas pelas associações de consumidores;
- b) criação de serviços de informação ao consumidor junto das administrações municipais;
- c) constituição de conselhos de consumo;

- d) criação de bases de dados e arquivos digitais acessíveis de âmbito nacional, no domínio do direito do consumo, destinado a difundir informação geral e específica.

### **Artigo 9.º**

#### **(Informação em particular)**

1. O fornecedor obriga-se a informar de forma clara e adequada o consumidor sobre os diferentes bens e serviços com especificação correcta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.
2. Quando se verifique falta de informação, informação insuficiente, ilegível ou ambígua que comprometa a utilização adequada do bem ou do serviço, o consumidor goza do direito de retratação do contrato relativo à sua aquisição ou prestação, no prazo de sete dias úteis a contar da data de recepção do produto ou da data de celebração do contrato de prestação de serviços.
3. O fornecedor de produtos ou de serviços que viole o dever de informar responde pelos danos que causar ao consumidor, sendo solidariamente responsáveis os demais intervenientes na cadeia da produção à distribuição, que hajam igualmente violado o dever de informação.
4. O dever de informar não pode ser denegado ou condicionado por invocação de segredo de fabrico não tutelado na lei, nem pode prejudicar o regime jurídico das cláusulas contratuais gerais ou outra legislação mais favorável para o consumidor.

## **CAPÍTULO III**

### **Prevenção e Reparação dos Danos**

#### **Artigo 10.º**

#### **(Direito à reparação dos danos)**

1. O vendedor, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes do projecto, fabricação, construção, montagem, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus bens, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos, excepto quando provar que não colocou o bem no mercado ou que, embora haja colocado o bem no mercado, o defeito não existe ou haja culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.
2. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação de serviços, bem como por informação insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos, excepto quando provar que, tendo prestado o serviço o defeito não existe ou haja culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§ 1.º – O bem é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando em consideração as circunstâncias relevantes, nomeadamente, as da sua apresentação, o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam e a época em que foi colocado em circulação.

§ 2.º – O bem não é considerado defeituoso pelo facto de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§ 3.º – Sempre que o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados, o comerciante ou vendedor é igualmente responsável.

§ 4.º – O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, nomeadamente, o modo de seu funcionamento, o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam e a época em que foi fornecido.

### **Artigo 11.º** **(Responsabilidade por vício do bem)**

1. Os fornecedores de bens de consumo duradouros e não duradouros respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade em relação às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

2. Não sendo o vício sanado no prazo máximo de 30 dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha, a substituição do bem por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso, a restituição imediata da quantia paga, sem prejuízo de eventuais perdas e danos, ou a redução proporcional do preço, ou ainda a complementação do peso ou da medida.

3. O consumidor pode fazer uso imediato das alternativas do número anterior deste artigo, sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do bem, diminuir-lhe o valor ou se se tratar de bem essencial.

§ Único: — São impróprios ao uso e ao consumo os bens:

1.º cujos prazos de validade estejam vencidos;

2.º deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou ainda aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

3.º que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

**Artigo 12.º**  
**(Responsabilidade por vício do serviço)**

1. O prestador de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir alternativamente e a sua escolha:

- a) a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;
- b) a restituição imediata da quantia paga, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- c) a redução proporcional do preço.

2. No fornecimento de serviços que tenham por objecto a reparação de qualquer bem considera-se implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo, quanto a estes últimos, autorização em contrário do consumidor.

3. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas concessionárias ou sob qualquer forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

§ 1.º – A reexecução dos serviços podem ser confiados a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§ 2.º – São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

§ 3.º – Nos casos de incumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas no n.º 3 deste artigo, são as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista nesta lei.

**Artigo 13.º**  
**(Caducidade e prescrição)**

1. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

- a) 30 dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de bens não duradouros;
- b) 90 dias, tratando-se de fornecimento de serviços e de bens duradouros.

2. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados previstos no artigo 9.º desta lei, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.



§ Único: — Inicia-se a contagem do prazo de caducidade a partir da entrega efectiva do bem ou do termo da execução dos serviços.

**Artigo 14.º**  
**(Desconsideração da personalidade jurídica)**

1. O juiz pode desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infracção da lei, facto ou acto ilícito e violação dos estatutos ou contrato social.
2. A desconsideração também é efectivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inactividade da pessoa jurídica provocados por má administração.
3. Pode ainda ser desconsiderada a pessoa jurídica, sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo a ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.

**CAPÍTULO IV**  
**Protecção Contratual**

**Artigo 15.º**  
**(Protecção dos interesses económicos)**

1. O consumidor tem direito à protecção dos seus interesses económicos, impondo-se nas relações de consumo a igualdade material dos intervenientes, a lealdade e a boa fé, nos preliminares, na formação e ainda na vigência dos contratos.
2. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.
3. As cláusulas contratuais são interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.
4. O consumidor não fica obrigado ao pagamento de bens ou serviços que não tenha prévia ou expressamente encomendado ou solicitado ou que não constitua cumprimento de contrato válido, não lhe cabendo, do mesmo modo, o encargo da sua devolução ou compensação, nem a responsabilidade pelo risco de perecimento ou deterioração da coisa.
5. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias úteis a contar da data de recepção do bem ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de bens ou serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, por meio de correspondência ou outros equivalentes.

§ 1.º – Se o consumidor exercitar o direito de retratação previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o período de reflexão, são devolvidos de imediato e monetariamente actualizados.

§ 2.º – Ao Governo incumbe adoptar medidas adequadas a assegurar o equilíbrio das relações jurídicas que tenham por objecto bens e serviços essenciais, designadamente, água, energia eléctrica, gás, telecomunicações e transportes públicos.

**Artigo 16.º**  
**(Cláusulas abusivas)**

São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

- a) impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos bens e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos;
- b) subtraiam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos nesta lei;
- c) transfiram responsabilidades a terceiros;
- d) estabeleçam obrigações consideradas iníquas e abusivas que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada ou sejam incompatíveis com a boa fé e a equidade;
- e) estabeleçam inversão do ónus da prova em prejuízo do consumidor;
- f) imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor;
- g) deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor;
- h) permitam ao fornecedor, directa ou indirectamente, variação do preço de maneira unilateral;
- i) autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor;
- j) autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração;
- k) infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais e de standardização;
- l) estejam em desacordo com o sistema de indemnização por benfeitorias necessárias.

§ 1.º – Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que:

- 1. ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico;
- 2. restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de modo a ameaçar seu objecto ou equilíbrio contratual;

3. mostra-se excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.

§ 2.º – A nulidade da cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, excepto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ónus excessivo à qualquer das partes.

§ 3.º – É facultado a qualquer consumidor ou entidade que o represente requerer ao Ministério Público que ajuíze a competente acção para ser declarada a nulidade da cláusula contratual que contrarie o disposto nesta lei ou, de qualquer forma, não assegure o justo equilíbrio entre direitos e obrigações das partes.

### **Artigo 17.º** **(Outorga de crédito)**

No fornecimento de bens ou serviços que envolva a outorga de crédito ou concessão de financiamentos ao consumidor, o fornecedor deve, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:

- a) preço do bem ou serviço em moeda corrente nacional;
- b) montante dos juros de mora e de taxa efectiva anual de juros;
- c) acréscimos legalmente previstos;
- d) número e periodicidade das prestações;
- e) soma total a pagar, com e sem financiamento.

§ 1.º – As multas de mora decorrentes do incumprimento de obrigações no seu termo não podem ser superiores a 2% do valor da prestação.

§ 2.º – É assegurada ao consumidor a liquidação antecipada do débito, total ou parcialmente, mediante redução proporcional dos juros e demais acréscimos.

### **Artigo 18.º** **(Pagamento em prestações)**

Nos contratos de compra e venda de móveis ou imóveis mediante pagamento em prestação, bem como nas alienações fiduciárias em garantia, consideram-se nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam a perda total das prestações pagas em benefício do credor que, em razão do incumprimento, pleitear a resolução do contrato e a retomada do bem alienado.

**Artigo 19.º**  
**(Contratos de adesão)**

Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de bens ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente o seu conteúdo.

§ 1.º – A inserção de cláusulas no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.

§ 2.º – Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutiva, desde que alternativa, cabendo a escolha ao consumidor.

§ 3.º – Os contratos de adesão escritos são redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor.

§ 4.º – As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

**CAPÍTULO V**  
**Práticas Comerciais**

**Artigo 20.º**  
**(Oferta de produtos e serviços)**

1. Toda a informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a bens e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.
2. A oferta e apresentação de bens ou serviços devem assegurar informações correctas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.
3. O consumidor tem direito à assistência após a venda, devendo ser assegurada a oferta de peças e acessórios, pelo período de duração média normal dos bens fornecidos.

**Artigo 21.º**  
**(Publicidade)**

1. A publicidade deve ser lícita, inequivocamente identificada e respeitar a verdade e os direitos do consumidor.
2. As informações concretas e objectivas contidas nas mensagens publicitárias, de determinado bem, serviço ou direito, consideram-se integradas no conteúdo dos contratos

que se venham a celebrar, após a sua emissão, tendo-se por não escritas as cláusulas contratuais em contrário.

**3.** É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1.º – É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de carácter publicitário, inteira ou parcialmente falsa ou capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre bens e serviços.

§ 2.º – É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza que incite a violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a comportar-se de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3.º – Para efeitos desta lei, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do bem ou serviço.

### **Artigo 22.º** **(Práticas abusivas)**

**1.** É vedado ao fornecedor de bens ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

- a) condicionar o fornecimento de bem ou de serviço ao fornecimento de outro bem ou serviço, bem como sem justa causa, a limites quantitativos;
- b) recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exacta medida de suas disponibilidades de stock e ainda, de conformidade com os usos e costumes;
- c) enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer bem ou fornecer qualquer serviço;
- d) prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impor-lhe seus bens ou serviços;
- e) executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, excepto as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;
- f) repassar informação, depreciativa, referente a acto praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;
- g) colocar no mercado de consumo qualquer bem ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou se normas específicas não existirem, pelo Instituto Angolano de Normaçoão e Qualidade – IANORQ;

- h) recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, directamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, excepto os casos de intermediação regulados em leis especiais;
- i) elevar sem justa causa os preços de bens e serviços;
- j) deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério.

2. Os serviços prestados e os bens remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista na alínea c), equiparam-se as amostras grátis, não existindo obrigação de pagamento.

### **Artigo 23º** **(Obrigatoriedade de orçamento)**

O fornecedor de serviço é obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregues, as condições de pagamento, bem como as datas de início e termo dos serviços.

§ 1.º – Salvo estipulação em contrário, o valor orçado tem validade pelo prazo de 10 dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2.º – Uma vez aprovado pelo consumidor o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3.º – O consumidor não responde por quaisquer ónus ou acréscimo decorrentes da contratação de serviços de terceiros, não previstos no orçamento prévio.

### **Artigo 24.º** **(Cobrança de dívidas)**

1. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não é exposto a ridículo, nem é submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

2. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito a repetição do débito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

## **CAPÍTULO VI**

### **Sanções Administrativas**

#### **Artigo 25.º** **(Actuação da administração)**

Ao Estado incumbe e nas suas áreas de actuação administrativa emitir normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de bens e serviços.

§ 1.º – Os organismos da administração pública que intervêm na protecção dos direitos dos consumidores fiscalizam e controlam a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de bens e de serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2.º – As entidades referidas no 1.º parágrafo podem expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

#### **Artigo 26.º** **(Sanções)**

1. As infracções das normas de defesa dos consumidores ficam sujeitas, conforme o caso e sem prejuízo das sanções de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas, às seguintes sanções administrativas:

- a) multa;
- b) apreensão do bem;
- c) inutilização do bem;
- d) proibição de fabricação do bem;
- e) suspensão de fornecimento de bens ou serviços; f suspensão temporária de actividade;
- f) revogação de concessão ou permissão de uso;
- g) interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de actividade.

2. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infracção, a vantagem auferida e a condição económica do fornecedor, é aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo os valores à entidade administrativa de protecção ao consumidor.

3. As penas de apreensão, de inutilização de bens, de proibição de fabricação de bens, de suspensão do fornecimento de bens ou serviço; de revogação da concessão ou permissão de uso são aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada

ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou qualidade por inadequação ou insegurança do bem ou serviço.

§ 1.º – A multa é em montante não inferior a 2000 e não superior a 3 500 UCF (Unidade de Correção Fiscal) ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

§ 2.º – As sanções previstas neste artigo são aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

§ 3.º – Pendendo acção judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não há reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

## **CAPÍTULO VII**

### **Da Defesa do Consumidor em Juízo**

#### **Artigo 27.º** **(Protecção jurídica)**

Ao órgão da administração pública incumbe, especificamente destinado à defesa dos interesses e direitos protegidos por esta lei, promover a criação e apoiar centros de arbitragem com o objectivo de dirimir os conflitos de consumo.

§ 1.º – A defesa dos interesses e direitos dos consumidores pode ser exercida em juízo, individualmente ou a título colectivo.

§ 2.º – Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por esta lei, são admissíveis todas as espécies de acções capazes de propiciar sua adequada e efectiva tutela.

#### **Artigo 28.º** **(Legitimidade activa)**

Têm legitimidade para intentar as acções previstas no 2.º parágrafo do artigo anterior:

- a) os consumidores directamente lesados;
- b) as associações de consumidores legalmente constituídas há pelo menos um ano;
- c) o Ministério Público;
- d) o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, quando estejam em causa interesses individuais, homogéneos, colectivos ou difusos.



**Artigo 29.º**  
**(Facilitação judicial)**

Nas acções de defesa dos direitos e interesses protegidos por esta lei não há pagamento de custas, emolumentos, honorários e quaisquer outras despesas, nem condenação do autor ou autores, salvo comprovada má fé.

§ 1.º – Em caso de litigância de má fé, o autor ou autores e todos os demais responsáveis pela propositura da acção são solidariamente condenados em honorários advocatícios e ao décuplo das custas, sem prejuízo da responsabilidade por perdas e danos.

§ 2.º – No caso da acção ser julgada improcedente, o autor ou autores intervenientes são condenados em montante, a fixar pelo juiz, entre 1/10 e a totalidade das custas que normalmente seriam devidas, tendo em conta a sua situação económica e a razão formal ou substantiva da improcedência.

**Artigo 30.º**  
**(Nulidade)**

1. Sem prejuízo do regime das cláusulas contratuais gerais, é nula qualquer convenção ou disposição contratual que exclua ou restrinja os direitos atribuídos pela presente lei.
2. A nulidade referida no número anterior apenas pode ser invocada pelo consumidor ou seus representantes.
3. O consumidor pode optar pela manutenção do contrato quando algumas das suas cláusulas forem nulas nos termos do n.º 1.

**CAPÍTULO VIII**  
**Instituições de Promoção e Tutela dos Direitos do Consumidor**

**Artigo 31.º**  
**(Associações de consumidores)**

1. As associações de consumidores são associações dotadas de personalidade jurídica, sem fins lucrativos e com o objectivo principal de proteger os direitos e os interesses dos consumidores em geral ou dos consumidores seus associados.
2. As associações de consumidores podem ser de âmbito nacional ou local, consoante a área a que circunscrevem a sua acção e tenham, pelo menos, 3000 ou 500 associados, respectivamente.
3. As associações de consumidores podem ser ainda de interesse genérico ou de interesse específico.

§ 1.º – São de interesse genérico as associações de consumidores cujo fim estatutário seja a tutela dos direitos dos consumidores em geral e cujos órgãos sejam livremente eleitos pelo voto universal e secreto de todos os seus associados.

§ 2.º – São de interesse específico as demais associações de consumidores de produtos e serviços determinados, cujos órgãos sejam livremente eleitos pelo voto universal e secreto de todos os seus associados.

### **Artigo 32.º**

#### **(Direitos das associações de consumidores)**

1. As associações de consumidores gozam dos seguintes direitos:
  - a) ao estatuto de parceiro social em matérias que digam respeito à política de consumidores, nomeadamente, traduzido na indicação de representantes para órgãos de consulta ou concertação que se ocupem da matéria;
  - b) direito a solicitar, junto das autoridades administrativas ou judiciais competentes, a apreensão e retirada de bens do mercado ou a interdição de serviços lesivos dos direitos e interesses dos consumidores;
  - c) direito a corrigir e a responder ao conteúdo de mensagens publicitárias relativas a bens e serviços postos no mercado, bem como a requerer, junto das autoridades competentes, que seja retirada do mercado publicidade enganosa ou abusiva;
  - d) direito a consultar os processos e demais elementos existentes nas repartições e serviços públicos da administração central, regional ou local que contenham dados sobre as características de bens e serviços de consumo e de divulgar as informações necessárias à tutela dos interesses dos consumidores;
  - e) direito a serem esclarecidas sobre a formação dos preços de bens e serviços, sempre que o solicitem;
  - f) direito de participar nos processos de regulação de preços de fornecimento de bens e de prestações de serviços essenciais, nomeadamente nos domínios da água, energia, gás, transportes e telecomunicações e a solicitar os esclarecimentos sobre as tarifas praticadas e a qualidade dos serviços, por forma a poderem pronunciar-se sobre elas;
  - g) direito a solicitar aos laboratórios oficiais a realização de análises sobre a composição ou sobre o estado de conservação e demais características dos bens destinados ao consumo público e de tornarem públicos os correspondentes resultados, devendo o serviço ser prestado segundo tarifa que não ultrapasse o preço de custo;
  - h) direito à presunção de boa fé das informações por elas prestadas;

- i) direito à acção colectiva;
  - j) direito de queixa e denúncia, bem como direito de se constituírem como assistentes em sede de processo penal e a acompanharem o processo contra-ordenacional, quando o requirem, apresentando memoriais, pareceres técnicos, sugestões de exames ou outras diligências de prova até que o processo esteja pronto para decisão final;
  - k) direito a receber apoio do Estado, através da administração central e local, para a prossecução dos seus fins, nomeadamente, no exercício da sua actividade no domínio da formação, informação e representação dos consumidores;
  - l) direito à isenção do pagamento de custas e preparos;
  - m) direito a benefícios fiscais idênticos aos concedidos ou a conceder às instituições particulares de solidariedade social.
2. Os direitos previstos nas alíneas a) e b) do número anterior são exclusivamente conferidos às associações de consumidores de âmbito nacional e de interesse genérico.
3. O direito previsto na alínea f) do n.º 1 é conferido às associações de interesse genérico ou de interesse específico quando esse interesse esteja directamente relacionado com o bem ou serviço que é objecto da regulação de preços e, para os de natureza não regional ou local, exclusivamente conferido a associações de âmbito nacional.

**Artigo 33.º**  
**(Acordos de boa conduta)**

1. As associações de consumidores podem negociar com os profissionais ou as suas organizações representativas acordos de boa conduta, destinados a reger as relações entre uns e outros.
2. Os acordos referidos no número anterior não podem contrariar os preceitos imperativos da lei, designadamente, os da lei da concorrência, nem conter disposições menos favoráveis aos consumidores do que as legalmente previstas.
3. Os acordos de boa conduta celebrados beneficiam todos os consumidores, sejam ou não membros das associações intervenientes.
4. Os acordos atrás referidos devem ser objecto de divulgação, nomeadamente, através da afixação nos estabelecimentos comerciais, sem prejuízo da utilização de outros meios informativos mais circunstanciados.

**Artigo 34.º**  
**(Ministério Público)**

Ao Ministério Público incumbe também a defesa dos consumidores, no âmbito da presente lei e no quadro das respectivas competências, intervindo em acções administrativas e cíveis

tendentes à tutela dos interesses individuais homogéneos, bem como de interesses colectivos ou difusos dos consumidores.

**Artigo 35.º**  
**(Instituto Nacional de Defesa do Consumidor)**

1. O Instituto Nacional de Defesa do Consumidor é um instituto público destinado a promover a política de salvaguarda dos direitos dos consumidores, bem como a coordenar e executar as medidas tendentes a sua protecção, informação e educação e de apoio às organizações de consumidores.
2. Para a prossecução das suas atribuições, o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor é considerado autoridade pública e goza dos seguintes poderes:
  - a) solicitar e obter dos fornecedores de bens e prestadores de serviços, mediante pedido fundamentado, as informações, os elementos e os interesses colectivos e difusos dos consumidores;
  - b) ordenar medidas cautelares de cessação, suspensão ou interdição de fornecimentos de bens ou prestações de serviços que, independentemente de prova de uma perda ou um prejuízo real, pelo seu objecto, forma ou fim, acarretem ou possam acarretar riscos para a saúde, a segurança e os interesses económicos dos consumidores.

**Artigo 36.º**  
**(Conselho Nacional do Consumo)**

1. O Conselho Nacional do Consumo é um órgão independente de consulta e acção pedagógica e preventiva, exercendo a sua acção em todas as matérias relacionadas com o interesse dos consumidores.
2. São, nomeadamente, funções do Conselho:
  - a) pronunciar-se sobre as questões relacionadas com o consumo que sejam submetidas a sua apreciação pelo Governo, pelo Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, pelas associações de consumidores ou por entidades nele representadas;
  - b) emitir parecer prévio sobre iniciativas legislativas relevantes em matéria de consumo;
  - c) estudar e propor ao Governo a definição das grandes linhas políticas e estratégicas gerais sectoriais de acção na área do consumo;
  - d) dar parecer sobre o relatório e o plano de actividades anuais do Instituto Nacional de Defesa do Consumidor;
  - e) aprovar recomendações a entidades públicas ou privadas ou aos consumidores sobre temas, actuações ou situações de interesse para a tutela dos direitos do consumidor.

3. O Governo, através do Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, presta ao Conselho o apoio administrativo, técnico e logístico necessário.

4. Ao Governo incumbe, mediante diploma próprio, regulamentar o funcionamento, a composição e o modo de designação dos membros do Conselho Nacional do Consumo, devendo em todo o caso ser assegurada uma representação dos consumidores não inferior a 50% da totalidade dos membros do Conselho.

## **CAPÍTULO IX**

### **Disposições Finais**

#### **Artigo 37.º** **(Profissões liberais)**

O regime de responsabilidade por serviços prestados por profissionais liberais é regulado em leis próprias.

#### **Artigo 38.º** **(Vigência)**

Os regulamentos necessários à execução da presente lei são publicados no prazo de 180 dias após a sua entrada em vigor.

#### **Artigo 39.º** **(Entrada em vigor)**

A presente lei entra em vigor à data da sua publicação.

Vista e aprovada pela Assembleia Nacional, em Luanda, aos 27 de Fevereiro de 2003.

O Presidente da Assembleia Nacional, *Roberto António Victor Francisco de Almeida*.

Promulgada em 3 de Abril de 2003.

Publique-se.

O Presidente da República, *José Eduardo dos Santos*.