



José Mateus Francisco

A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico angolano

Dissertação de Mestrado com vista à obtenção do grau de
Mestre em Direito na Especialidade de Ciências Jurídico-Forenses

Orientador:

Professor Doutor Jorge Morais Carvalho, Professor da Faculdade de Direito da Universidade Nova de
Lisboa

Abril, 2016

Faculdade de Direito – Universidade Nova de Lisboa

José Mateus Francisco

A Protecção do Consumidor nos Contratos à Distância face ao Ordenamento Jurídico angolano

Dissertação de Mestrado com vista à obtenção do grau de
Mestre em Direito na Especialidade de Ciências Jurídico-Forenses

Orientador:

Professor Doutor Jorge Morais Carvalho, Professor da Faculdade de Direito da Universidade Nova de
Lisboa

Abril, 2016

Declaração de Compromisso de Anti- Plágio

Declaro por minha honra que o trabalho que apresento é original e que todas as minhas citações estão correctamente identificadas. Tenho consciência de que a utilização de elementos alheios não identificados constitui uma grave falta ética e disciplinar.

Assinatura:

Agradecimentos

Em primeiro lugar, agradeço a Deus pela vida, saúde e as bênçãos que me tem dado.

Em segundo lugar, à minha esposa, ao meu pai, aos meus filhos, à minha Pastora, às minhas irmãs, aos meus sobrinhos, aos meus colegas e aos meus amigos, em especial ao Professor Doutor Ima Panzo, ao Doutor Muteteca Naege e ao Sr. Vladimir Gaspar, que tanta força me deram e que sempre acreditaram em mim e nunca me deixaram desistir.

Em terceiro lugar, ao meu orientador, Professor Doutor Jorge Morais Carvalho, pela disponibilidade e a forma atenciosa que orientou esta dissertação.

Em quarto lugar, à Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa, por me terem dado esta oportunidade, e uma palavra especial ao pessoal dos serviços académicos.

Modos de citar e outras convenções

- Os preceitos legais indicados sem referência a um diploma específico pertencem ao Decreto-Lei n° 24/2014, de 14 de Fevereiro, alterado pela Lei n° 47/2014, de 28 de Julho. As referências à Directiva remetem para a Directiva n° 2011/83/UE, de 25 de Outubro de 2011.
- A primeira citação de cada obra ou artigo é feita pelo nome do autor, título completo, ano de publicação e página citada. As citações seguintes são feitas com referência ao nome do autor, *op. cit.*, e página citada. Se forem citadas duas obras redigidas pelo mesmo autor a segunda citação e seguintes serão feitas com referência ao nome do mesmo, parte do título da obra ou artigo, *cit.* e página citada.
- A bibliografia está ordenada por ordem alfabética do último apelido de cada um dos autores. Se o autor for espanhol, referem-se os dois últimos apelidos.

Abreviaturas.

AADIC - Associação Angolana dos Direitos do Consumidor

Al. - Alínea

Art.º - Artigo

Art.s - Artigos

CC - Código Civil

Cfr. - Conferir

Cit. - Citado

CRA - Constituição da República de Angola

CRP - Constituição da República Portuguesa

DL - Decreto-Lei

Ed. - Edição

Et al. - e outros

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

Número de Caracteres

O corpo da presente dissertação apresenta um total de 121.273 caracteres, incluindo espaços e notas de rodapé.

Resumo

O objectivo deste trabalho consiste em realizar um estudo teórico sobre a protecção jurídica dos consumidores na realidade angolana, em particular os contratos à distância e fora do estabelecimento comercial, com vista a contribuir para a divulgação dos direitos dos consumidores e para a sua defesa perante o desequilíbrio de posições das partes, bem como propor a criação de uma Lei que regule os contratos à distância e fora do estabelecimento comercial no ordenamento jurídico angolano devido à evolução visível do “mundo do consumo”. O aperfeiçoamento das técnicas de vendas, assim como o surgimento das novas tecnologias comerciais, faz com que a Lei de Defesa do Consumidor (LDC) revele insuficiente face à fragilidade do consumidor.

Numa primeira fase, fizemos uma retrospectiva histórico-jurídica do direito do consumo, de forma universal, e depois de seguida, expusemos a realidade do direito do consumo em Angola, tendo como base a constituição da República, enquanto diploma fundamental que consagra os direitos e garantias fundamentais dos cidadãos e a Lei defesa do Consumidor, por ser a legislação de base sobre o direito do consumo, tendo esta última servido de denominador comum ao longo de toda a dissertação.

Na segunda fase do trabalho abordam-se os contratos à distância e fora do estabelecimento comercial, cujo estudo se prende-se com a inexistência de uma Lei especial, baseamo-nos na Lei das Actividades Comerciais, onde encontramos alguns destes contratos; em questões de haver litígios (por inexistência de uma Lei especial que regule os mesmos contratos) faz-se recurso ao Código Civil, à Lei das Cláusulas Gerais dos contratos e à Lei da defesa do consumidor, nas quais debruçamo-nos relativamente ao direito à informação, deveres pré-contratuais, a forma e formação dos contratos e o direito de arrependimento. E, por último, fizemos uma pequena alusão às Entidades legitimadas para a defesa do consumidor.

Palavras-chave: Consumidor. Destinatário final. Contrato. Contrato à distância. Direito de Arrependimento.

Abstract

The objective of this research work is to carry out a theoretical study about the legal consumer protection in the Angolan reality, especially in distance contracts.

Firstly, we did a legal analysis of the consumer rights in general.

Secondly, the analysis focus in distance contracts (Commercial Activities Act, Civil CodeLaw, General Contract Terms Act, Consumer Protection Act).

Key-words: Consumer, Final Recipient, Contracts, Distance contracts, Right of withdrawal.

1. Introdução

Pretendemos com este estudo fazer um levantamento da importância que o consumidor ocupa no ordenamento jurídico angolano bem como da protecção do mesmo nos contratos à distância.

O ordenamento jurídico angolano marca os seus primeiros passos no âmbito do direito do consumo com a criação da Lei de Defesa do Consumidor (Lei nº15/03 de 22 de Julho), mas não dispõe de uma Lei específica que regule os contratos à distância e os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial; por falta de um instrumento próprio, por enquanto os litígios são resolvidos por via do Código Civil, do diploma das Cláusulas Contratuais Gerais e com base na Lei das Actividades Comerciais.¹ Nesta ordem de ideias, é a ausência de um diploma específico para os contratos à distância e fora do estabelecimento comercial que coloca o consumidor final numa situação desprotegida.

Ao levantarmos esta problemática, queremos reflectir sobre a protecção do consumidor nos contratos à distância face ao ordenamento jurídico angolano. Somos de opinião que à medida que a tecnologia evolui as ciências jurídicas também deveriam estar a par do desenvolvimento tecnológico, pelo facto de muitos destes contratos fazerem uso de novas tecnologias de informação e comunicação, e no caso particular dos contratos de consumo que é objecto do nosso trabalho.

A falta de uma Lei que regule os contratos à distância, nomeadamente aquelas que sejam celebrados através da Internet, do telefone, da televisão, da correspondência postal, entre outros, deixa os consumidores mais vulneráveis em face da relação que se estabelece, ou seja, o consumidor não mantém um contacto directo com o bem ou serviço, sendo que é necessário estabelecer-se um equilíbrio na relação contratual. O tal equilíbrio é assegurado pelo direito de arrependimento (artº. 15/5 da Lei nº15/03 de 22 de Julho) a que o consumidor pode recorrer caso se mostre necessário, embora este mecanismo ainda apresente muitas insuficiências. O accionamento deste mecanismo (Direito de Arrependimento) faz com que o consumidor esteja numa situação mais cómoda, evitando as deslocações aos estabelecimentos comerciais que, na realidade de Angola, estão quase todos confinados a Luanda e a cidades do Litoral. Por outro lado, expõe o consumidor a um grau de risco muito elevado, por que não tem um contacto físico com os bens ou serviços que pretende adquirir, e também desconhece a veracidade do mesmo contrato, gerando, no entanto, desconfiança e muitas vezes estes produtos ou serviços adquiridos podem pôr em causa a segurança, a saúde e, de forma geral, a vida dos consumidores finais, ressalte-se que em última instância o direito de arrependimento visa salvaguardar estes aspectos.

¹ Lei nº4/03 de 18 de Fevereiro (Lei sobre as cláusulas Gerais dos Contratos)
Lei nº 1/07 de 14 de Maio (Lei das Actividades Comerciais)

Em Angola o Direito do consumidor ainda não é do conhecimento do público em geral, embora exista um Instituto Nacional de Defesa do Consumidor (INADEC) e uma Associação de Defesa do Consumidor (ADDIC) que tudo fazem para consciencializar os consumidores dos seus direitos e deveres. Ainda assim, achamos que muito tem de ser feito para que os cidadãos efectivamente ganhem a consciência dos seus direitos e deveres.

Como resolver os litígios contratuais que surgem em matéria de contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial entre o consumidor e o fornecedor no ordenamento jurídico angolano?

Escolhemos este tema por constatarmos que em Angola não existe uma Lei específica que regule os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial entre o consumidor e o fornecedor. Queremos, deste modo, dar o nosso contributo com vista a encarar com seriedade a necessidade de propor a criação de uma Lei que regule os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial entre o consumidor final e o fornecedor no ordenamento jurídico angolano.

O crescimento exponencial das relações comerciais, acompanhado da volatilidade dos produtos, tem revelado que a Lei de Defesa do Consumidor (LDC) é insuficiente face à fragilidade do consumidor, motivo que nos conduziu a elaborar esta pesquisa.

Dada a pertinência do tema e do problema que levantamos, vimo-nos obrigados a consultar outros estudos que versam sobre a problemática em análise na realidade de Angola. Constatamos que, por incrível que pareça, não há muitos estudos que tenham sido feitos nessa matéria.

Contudo, encontramos uma obra e, por sinal, a única de Raul Rodriguês, cujo título é “*O consumidor no Direito angolano*”, que foca alguns aspectos sobre os contratos à distância. Ressalte-se também a dissertação de Mestrado de Abel Nduli “*A protecção jurídica do Consumidor em Angola, contratos relativos a comunicações electrónicas*”. Estes e outros estudos foram objecto de consulta para o nosso estudo.

O nosso objecto de estudo é a protecção do consumidor nos contratos à distância face ao ordenamento jurídico angolano. Focamo-nos, assim, na realidade angolana, por não haver um instrumento jurídico que regule em específico tais contratos.

Com este estudo pretendemos:

Propor a criação de uma Lei que regule os contratos à distância e fora do estabelecimento comercial face ao ordenamento jurídico angolano.

Das várias modalidades metodológicas disponíveis, optámos por análise documental, partindo da legislação angolana, portuguesa e brasileira. A legislação angolana e brasileira são semelhantes, já que se inspiram na lei portuguesa, embora a portuguesa tenha dado avanços significativos em função das Directivas da União Europeia.

2. Retrospectiva histórica do direito do consumo.

Há testemunhos de que a regulamentação da responsabilidade do produtor data dos primórdios da Humanidade, surgindo o código de Hamurábi (Babilónia) como um dos primeiros instrumentos de protecção do consumidor. Com a ascensão desmedida do capitalismo após a revolução industrial, tomou-se a iniciativa de legislar, com a finalidade de velar pela saúde pública, fazendo incidir a fiscalização sobre os produtos.² Este grande impulso surgiu no princípio dos anos sessenta do século XX, com as associações de consumidores a crescerem e a alargarem a sua actuação para o plano internacional. Surge assim, em 1960, a IOCU (Internacional Office of Consumers).³

De modo muito peculiar, o conceito de consumidor é dado através do discurso do presidente dos Estados Unidos, John F. Kennedy, proferido no Congresso no dia 15 de Março de 1962, em que este afirmou que “*consumers, by definition, includes us all*”, chamando atenção para a necessidade da protecção do consumidor.⁴

Estes passos serviram como mola impulsadora da Europa que, em 1975, ractifica os primeiros instrumentos jurídicos respeitantes à protecção do consumidor, que elencam seis direitos fundamentais: a protecção da saúde, da segurança, dos interesses económicos; a indemnização dos danos; a informação e a educação e a representação, que posteriormente foram consagrados e actualizados com base nos tratados resultantes do Acto Único Europeu (1986) o que possibilitou os Estados membros através de Directivas legislar sobre esta matéria.⁵,

Historicamente a protecção do consumidor no espaço angolano foi marcada por dois grandes momentos: antes e depois da independência de 11 de Novembro de 1975. Por outro lado, existem situações directamente lesivas que justificam medidas correctivas por parte dos órgãos do Estado encarregados da saúde pública. Como exemplo, podemos citar o desenvolvimento de actividades económicas em condições de grave risco para a saúde pública ou o comportamento de indivíduos portadores de doença transmissível. Por vezes, estas situações são infrações de natureza criminal. É o caso da adulteração de substâncias alimentares ou medicinais e de propagação de doença, alteração de análise ou de receituário.

Antes da independência nacional, o Direito do Consumo era regido pela realidade política socioeconómica portuguesa, sem mudanças significativas do ponto de vista jurídico.⁶ Uma vez existindo

² CARLOS, Ferreira de Almeida, Direito do Consumidor, Almedina 1995-2005 p.16

³ RODRIGUES, Raúl Carlos de Freitas, O consumidor no Direito Angolano, Almedina, 2009 p.17

⁴ CARVALHO, JORGE MORAIS *Manual de Direito do consumo*, 2ª Ed. Almedina 2014, p. 11

⁵ Ibidem, Cit., p. 12

⁶ RODRIGUES, RAUL CARLOS FREITAS *o consumidor no...*, Cit., p 34

situações directamente lesivas que justificavam medidas correctivas por parte do Estado, o legislador português foi introduzindo algumas normas públicas que possibilitavam, ainda que de uma forma indirecta, acautelar a defesa e os interesses do consumidor, como o Decreto-Lei 41 204, de 27 de Julho de 1954, que compilou a legislação de crimes contra a saúde pública e delitos antieconómicos, bem como a Lei nº 1/72, de 24 de Março, que continha já algumas bases para evitar concorrência desleal.⁷

Assim, já tínhamos no Código Penal de 1886 (art.ºs. 248º e 251º) regras que proibiam a venda ou exposição de substâncias venenosas e abortivas, bem como alteração da genuinidade dos produtos alimentícios destinado ao consumo público, respectivamente, a recusa da venda de géneros para o uso pessoal (art.º 275º) e a fraude de vendas (art. 456º).⁸

Também o Código Civil de 1966 (os art.ºs. 227º, 239º e 762º/2), entre outros conduz ao princípio da boa-fé; o artigo 334º aplicável nos casos de abuso de direito, bem como o artigo 437º (alteração normal das circunstâncias do contrato) e os artigos 500º e seguintes (responsabilidade sem culpa). No Direito angolano estes princípios têm maior relevância no exercício do direito de arrendamento por parte do consumidor, visando moderar os possíveis excessos do exercício deste direito em relação aos fornecedores de bens e serviços. Apesar disso, podemos vislumbrar que estes princípios não são regras específicas do direito do consumo, pelo facto de não darem resposta a todos os problemas.

No entender de Carvalho⁹, a defesa do consumidor antes da Revolução de 1974 era incipiente em Portugal. Em nosso entender, naturalmente, estávamos perante uma protecção jurídica mitigada.

Após a independência nacional em 1975, a primeira Lei Constitucional angolana não trouxe instrumentos para a protecção do consumidor.¹⁰ No entanto, a grande evolução nesta matéria deu-se nos anos 1984 em diante, os quais ficam marcados por três momentos: 1) momento da monopolização; 2) momento da abolição da monopolização; 3) momento do surgimento da primeira Lei de Defesa dos Consumidores.

O primeiro momento, designado pela monopolização do governo, apresentou fortes incidências no sistema de aprovisionamento de bens e serviços e decorreu de 1975 a 1984, dando origem ao primeiro Decreto Executivo nº 12/1979, o qual versava e impunha a troca de alvarás comerciais, seguido do Decreto nº28/82 de 12 de Maio.

⁷ *Ibidem Cit.*, 34

⁸ *Ibidem Idem*

⁹ CARVALHO, Jorge Morais, Manual de..., Cit.,p.12-13

¹⁰ Cf. RODRIGUES, RAUL CARLOS FREITAS, *o Consumidor no...,Cit.* p 35

Na década seguinte, mais concretamente de 1985 a 1995, renasce a privatização com novas formas de licenciamento para a comercialização de bens e prestação de serviços, constituindo assim o segundo momento.

A protecção de defesa dos interesses do consumidor na sua relação com os fornecedores de energia eléctrica deu-se pela primeira vez, no século XX, com vista o delineamento de direitos para a sua defesa (artigo 12 da Lei nº14-A/96, de 31 de Maio). Aprovou-se, de igual modo, a Lei nº 9/02 de Julho – Lei Geral da Publicidade, DR nº60, que proibia a actuação publicitária enganosa ou directamente lesiva dos consumidores. Por último, cria-se a Lei nº 15/03, de 22 de Julho¹¹ sobre a defesa do consumidor, como um verdadeiro marco na era da defesa do consumidor no espaço angolano.

3. Conceito de consumidor em geral

É hoje um conceito muito discutido a nível da doutrina e da jurisprudência, quanto à sua introdução num diploma legal, bem como à delimitação do âmbito do mesmo, atendendo às especificidades em matérias do consumo. Por outro lado, perante uma relação jurídica controvertida, “há necessidade de recorrer a uma disposição legal”¹² para dar a solução devida ou mais ajustada.

Para Carlos Ferreira de Almeida, os valores atribuídos ao conceito de consumidor “*são excessivos e até inadequados*”¹³. Ao elaborar o conceito de consumidor de uma forma indeterminada, ao dizer “consumidores somos todos nós”¹⁴, podemos estar a desproteger o verdadeiro consumidor. Não é possível conceder o conceito de consumidor para uma determinada classe, ou seja, “não há pessoas que, em absoluto sejam consumidoras”¹⁵.

O conceito de consumidor pode ser analisado com recurso a quatro elementos: subjetivo, objetivo, teleológico e racional.

O elemento subjectivo é definido pelo art.º 3/1 da LDC: “consumidor é toda a 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 obtenção de lucros”.

¹¹ *Ibidem Cit.*, p. 40

¹² CUNHA, Paulo, *Processo Comum de Declaração*, Tomo II, p. 38

¹³ Cf. ALMEIDA, Carlos Ferreira De, *Direito do...*, Cit p. 44

¹⁴ Esta frase do discurso do presidente do Estados Unidos John F. Kennedy, preferido no congresso no dia 12 de Março de 1962. Chamando atenção da necessidade da protecção do consumidor

¹⁵ Cf ALMEIDA, Carlos Ferreira De, *Direito do...*, Cit. P 45

Note-se que é um conceito amplo, pois de acordo com a redacção do artigo acima referido pode ser consumidor a pessoa física como também pessoa jurídica. Assim sendo, todo aquele que adquira um bem ou serviço para fins que não seja objecto da sua actividade profissional considera-se consumidor de acordo o art.º 3/1 da LDC.

O ordenamento jurídico angolano apresenta um conceito aberto, dando a possibilidade para inclusão também das pessoas colectivas.

O elemento objectivo, de acordo com o artigo acima referido, vislumbramos que sem o qual, não temos relação de consumo, assim sendo se traduz no fornecimento de bens ou serviços ou transmissão de um direito. Desta forma, os serviços prestados ou bens fornecidos não se limitam a pessoas de interesse privado, mas também se estende aos órgãos públicos, por si ou por empresas concessionárias, sejam ou não serviços públicos essenciais e mesmo de natureza puramente administrativa (art.º 3º/6).

Por outro lado, os conceitos plasmados nos nºs 4 e 5 do artigo 3º determinam a incidência da norma sobre todas as relações de consumo. A Lei só retira deste âmbito de aplicação a prática habitual de uma profissão ou comércio e actividade de carácter laboral.

O elemento teleológico está relacionado com o destino que é dado aos bens ou serviços adquiridos pelos consumidores: deverão ser exclusivamente para uso pessoal ou privado dos consumidores, ou seja, naturalmente para uso familiar e doméstico. Outra questão que tem sido levantada é quando se trata da finalidade mista, isto é, o uso simultaneamente profissional e não profissional de um determinado bem ou serviço. A título de exemplo, a compra de um computador para o uso privado e comercial ao mesmo tempo. Não podemos numa primeira análise qualificar como relação contratual de consumo. Nestes casos, a doutrina¹⁶ privilegia a finalidade dominante que é dada ao bem ou serviço.

De acordo com o elemento relacional tem a ver com a relação que se estabelece entre o consumidor e a outra (fornecedor) que nos é dada através de fornecimento de algo, ele exige que a outra parte do contrato (na relação de consumo) que fornece os bens ou serviços ao consumidor seja pessoa que exerça actividade económica com fins lucrativos (art.º 3º/2/), excepto a obtenção de benefícios por parte do profissional nas relações de consumo que estará em causa, por exemplo, oferta de brindes, que têm conteúdos promocionais que também se inserem na actividade lucrativa, embora não seja imediato¹⁷. Deste modo, a LDC enuncia: *toda a pessoa* seja ela industrial, importador, comerciante ou prestador de serviços em nome individual ou colectivo, ou seja, de uma maneira geral, toda a pessoa singular ou colectiva que ao abrigo do contrato,

¹⁶ CARVALHO, Jorge Morais, Manual de..., Cit.,p.18, no mesmo sentido OLIVEIRA, Fernando Batista De, *O conceito de Consumidor*, Perspectiva Nacional E Comunitária, Almedina, Ano 2009 p.88

¹⁷ SIMÕES, Fernando Dias, *“o Conceito de Consumidor no Direito Português”*, 2012, p.4

vende bens ou serviços de consumo no âmbito da actividade profissional designa-se por outra parte do contrato.

Assim sendo, ficam excluídas do âmbito de aplicação da LDC as relações entre consumidores, por conseguinte, faz-se recurso ao código civil, por que está em causa um Contrato Civil, ao passo que nas relações entre fornecedores, aplica-se o Código das Sociedades Comerciais.¹⁸ Ou seja, os conceitos de “consumidor” e de “fornecedor” apenas fazem sentido no âmbito de uma relação de consumo.

De acordo com o elemento relacional, aquele que fornece os bens ou serviços deverá ser uma empresa ou entidade profissional. E quem contrata poderá ser também uma empresa ou entidade profissional, desde que não possa resultar deste elemento objectivo a obtenção de benefícios por parte do profissional na relação concreta que estabelece com o consumidor. Quer dizer, por mais que se trate de uma empresa a fazê-lo, quem adquire tem de ser para o consumo pessoal e familiar.¹⁹

3.1 Conceito de Consumidor no Ordenamento Jurídico Angolano

Como já referimos, anteriormente, não existe um critério universal para o conceito de consumidor. Mas o que parece consensual é a finalidade de uso próprio ou familiar dos bens ou serviços adquiridos. Assim sendo, o ordenamento jurídico angolano apresenta o seguinte conceito de consumidor: “O consumidor é toda a 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”²⁰.

Distinguem-se, de igual modo, dois aspectos relevantes, o elemento subjectivo e o elemento teleológico, ou seja, o legislador angolano não limita o conceito de consumidor apenas a pessoas físicas, mas também permite que as pessoas jurídicas sejam consumidores²¹. Ao contrário da legislação portuguesa, onde o legislador restringe o conceito de consumidor a pessoas singulares, apesar de usar a expressão “todo aquele” para dar possibilidade à doutrina e à jurisprudência de tentar encaixar a figura das pessoas colectivas não empresariais como consumidores²² sobretudo quando atuam para satisfazer necessidade própria, ou seja, sem fins lucrativo. Por outro lado, o ordenamento jurídico angolano exige que esta relação de consumo encerre com o pagamento do preço da parte do consumidor e a entrega do bem da parte do fornecedor.

¹⁸ SILVA, João Calvão da, *Venda de bens de consumo*, 4ª Ed. Coimbra 2010, p. 57

¹⁹ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *Direito do Consumo, Programa, Conteúdo e Método da Disciplina*, 2004, p.34-35

²⁰ Art. 3º da Lei Nº 15/03 De 22 de Julho (Lei da Defesa do Consumidor Angolano)

²¹ Liz, José Pegado, *Introdução ao Direito e a política do Consumo*, Notícia Editorial 1999 p. 195

²² ALMEIDA, Carlos Ferreira De, *Os Direito dos Consumidores* Coimbra 1982, p.221-222

Importa ainda referir que devem os tais bens e serviços ter utilização final (art.º 3 da LDC), isto é, a Lei da Defesa do consumidor não contempla as acções dos sujeitos que actuam como intermediários na actividade de interesse económico com escopo lucrativo, excepto, os casos de eventual proveito provenientes das vendas em segunda mão, (o caso do estudante que vende o livro ao colega). Note-se que não há neste particular vínculo com a intenção de intermediação ou revenda²³. Assim sendo, a que ter em conta a habitualidade de exercer o negócio para a obtenção de lucro.

A lei brasileira perfila o mesmo entendimento: ao definir o “consumidor toda a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (art.º 2º do CDC), podemos entender que não basta a aquisição do produto do mercado, importa o facto de ser o “destinatário final”.

Já o direito português, absorvendo as directivas da União Europeia, adota o conceito de consumidor sempre ligado à aquisição de bens e serviços para o “uso não profissional”.²⁴ “São expressões que se equivalem”, se tomarmos de exemplo alguém que adquire qualquer produto ou serviço fora da sua actividade profissional, está adquirindo para uso não profissional, mas também como consumidor final.²⁵

Percebemos que o Ordenamento jurídico angolano converge com o brasileiro no que diz respeito ao conceito de consumidor finalístico (pessoas físicas, singulares),²⁶ Apesar de tudo, essa percepção não é pacífica se tivermos em consideração a carta do consumidor do Conselho da Europa de 1973, que não limitava o conceito de consumidor a pessoas singulares, ao referir-se a pessoa física ou jurídica.

No entanto, podemos constatar que o facto de o artigo 2º/1 da Lei de Defesa do Consumidor português ao recorrer à expressão uso não profissional não clarifica que não pode incluir no conceito do consumidor pessoas colectivas.

3.2 O consumidor face à Constituição Angolana

A inclusão dos direitos do consumidor na Constituição angolana como direitos fundamentais demonstra “os reflexos do crescimento e da importância dos consumidores” no contexto angolano²⁷.

Pode-se afirmar que estes direitos fundamentais elencados no artigo 78º do CRA têm por objectivo reforçar a protecção do consumidor com medidas normativas, políticas, sociais, culturais, de paz, que visam

²³ RODRIGUÉS, Raul Carlos de Freitas... p.81

²⁴ KHOURI, Paulo R. Roque A, *Direito do consumidor, Responsabilidade Civil e Defesa do consumidor em Juízo*, 6ª Ed. 2013 São Paulo Editora Atlas S.A p.38.

²⁵ *Ibidem*, PP. 38 e 39

²⁶ OLIVEIRA, Fernando Baptista DE, *O Conceito de Consumidor*, 2009, p. 75

²⁷ MAGALHÃES, Carlos, *Defesa do consumidor, a responsabilidade civil do fornecedor*. Escolar editora-Angola, 2010, p.25 e 26.

atender às necessidades dos consumidores, garantindo o respeito à sua dignidade, à saúde e segurança, a protecção de seus interesses económicos e a melhoria da sua qualidade de vida.

Por esta razão, os direitos do consumidor são considerados Direitos e Deveres Económicos Sociais e Culturais, nos termos do art.º 78º da CRA. Segundo J.J. Gomes Canotilho e Vital Moreira²⁸ são equiparáveis a direitos, liberdades e garantias e, por esta causa, são invioláveis nos termos do artigo art.º 56º da CRA.

Deste modo, o Estado angolano prima por uma relação de transparência e harmonia, reequilibrando a natural vulnerabilidade do consumidor no mercado, através de acções governamentais que propugnem a lealdade dos intervenientes na relação de consumo, difusão das informações quanto aos direitos e deveres e a criação de eficientes meios de controlo de qualidade e segurança de produtos e serviços, evitando abusos praticados no mercado de consumo.

A grande questão prende-se com a aplicabilidade directa do artigo 78º do CRA nas relações jurídicas consumistas.

Uma corrente doutrinária²⁹ entende que nem todos os direitos elencados no capítulo III - Direitos e Deveres Económicos, Sociais Culturais – são considerados direitos, liberdade e garantias. Pelo facto de que direitos fundamentais tradicionais como o direito ao trabalho (art.76º), direito a saúde e protecção social (art.º 77), direito ao ensino, cultura e desporto (art.º 79) e etc, o Estado tem uma intervenção activa na efectivação destes direitos, traçando políticas económicas e sociais bem como o controlo destes projectos.

Ao contrário, no direito do consumidor (art.78º), o Estado tem papel passivo. Isto é, o Estado aos poucos procura legislar para equilibrar a relação de consumo, muitas vezes pondo em causa o princípio da autonomia de vontade³⁰. “O desvio” deste princípio justifica-se face ao poderio económico do fornecedor e à vulnerabilidade do consumidor no qual se reflecte de uma maneira ou de outra na sociedade em geral por estarem em causa a vida, a saúde e a segurança física.

4. A protecção do consumidor em Angola

A evolução económica emergente que se tem feito sentir na sociedade angolana despertou a necessidade de protecção dos consumidores junto dos cidadãos e das entidades institucionais. Assim sendo, a Constituição da República de Angola (CRA) consagra hoje os direitos fundamentais do consumidor

²⁸ CANOTILHO, J.J. Gomes, MOREIRA, Vital, *Constituição da República Portuguesa anotada*, Coimbra Editora, Vol.1 4ª Ed. Revista. 2007

²⁹ BARBIERI, Diovana, « A vinculação dos Particulares aos Direitos Fundamentais dos consumidores na Ordem jurídica Portuguesa, 2006/2007

³⁰ Cfr. KHOURI, Paulo R. Roque A, *Direito do consumidor, Responsabilidade Civil e Defesa do consumidor em Juízo*, p. 16

conforme o seu art. 78º sustentando que o consumidor tem direito à qualidade, ao esclarecimento, à garantia e protecção de consumo, bem como a ser ressarcido pelos danos causados.

4.1 A informação ao consumidor em Angola

Entende-se por informação o conjunto de características essenciais que compõem o bem ou serviço, como seja a natureza, composição, quantidade, origem, durabilidade, prazo de validade, condições de manutenção, de funcionamento e ainda de utilização. De acordo com Carlos Ferreira de Almeida: “a informação tem sido a palavra-chave e quase mágica em toda a evolução do direito ao consumo³¹.”

A LDC em Angola apresenta duas formas de informação ao consumidor: informação geral e informação particular (arts.º 8º e 9º do LDC).

Estes dois tipos de informação diferem elevadamente, razão pela qual justifica um estudo diferenciado, apesar de ambos estarem elencados na Lei de Defesa do Consumidor angolano, nos artigos 8º e 9º, direito a informação geral e direito a informação particular, respectivamente.

Direito a informação em geral, estabelecido no art.º 8º da LDC, trata-se de uma das incumbências do Estado, que através do Instituto Nacional de defesa do consumidor com o apoio das associações de consumidor desencadeia acções informativas e formativas para o consumidor sobre os bens ou serviço colocados no mercado. “Este direito a informação em geral deve ser entendido como um interesse difuso dos consumidores mais do que um verdadeiro direito subjectivo”.³²

Já a informação em particular sendo um direito fundamental (art.º 78º/CRA) e também vem regulada no artigo 9º da LDC, tem a ver com os deveres de informação que competem ao fornecedor de bens ou serviço ou prestador de serviços de informar de forma clara e adequada o consumidor, quanto à especificação correcta da quantidade, características, composição, qualidade do preço, bem como sobre os riscos que apresentem determinados produtos ou serviços. Deste modo, podemos dizer que o consumidor tem direito a todos os esclarecimentos sobre o bem ou serviço antes da celebração do contrato, para facilitar a tomada de decisão em contratar ou não (art.º 3º /2 e 3 LCCG).

Note-se que há uma preocupação clara do legislador angolano em acautelar os direitos de informação do consumidor de maneira a equilibrar a relação contratual. Em caso de falta de informação, o consumidor tem direito de desistir do contrato no prazo de sete (7) dias (art.º 9º/2 LDC). Se o fornecedor não cumprir os

³¹ ALMEIDA, Carlos Ferreira De, *Direito do..*, Cit p.151

³² REBELO, Fernanda Neves, *O direito do Consumidor na contratação a Distância*, p. 125

deveres de informação dos arts. 9º/1-2, a responsabilidade pelos prejuízos causados ao consumidor estende-se aos restantes elos da cadeia de distribuição nos termos do artigo 9º/3.

Importa ainda referir que não pode haver outras razões como o segredo de justiça sem sustento legal para recusar ou condicionar o cumprimento do dever de informação.

5. Os contratos celebrados à distância

Antes de se apresentar o conceito de contrato à distância, importa salientar o facto de não haver um regime jurídico especial aplicável aos contratos celebrados à distância em Angola. Por isso, dada a inexistência de um regime especial, nunca é demais pensar-se num instrumento jurídico especial apropriado para a realidade angolana, uma vez que a dinâmica social e económica já justifica a necessidade da sua existência.

5.1 Conceito de contrato celebrado à distância

A lei de defesa do consumidor angolana não apresenta o conceito, mas reconhece os contratos celebrados à distância. O conceito de contrato à distância encontramos-lo na Lei das Actividades Comerciais, art.º 4º/40 e 44 da Lei 1/07 de 14 de maio. Assim, “a venda à distância é aquela que se realiza com recurso a qualquer meio de comunicação, sem necessidade da presença física dos intervenientes”. Esta definição deve ser analisada em conjunto com o artigo 3º/1 e 2 LDC.

Contrariamente de Angola que se rege apenas pelas LDC e a LAC, reconhecendo que muitas das suas leis derivam do ordenamento jurídico português, ainda muito há por se fazer. Portugal está muito avançado nessa matéria, pois, dispõe de um regime especial.³³

Referindo-nos em concreto a Angola, da sua LAC podem extrair-se quatro elementos essenciais que caracterizam um contrato celebrado à distância, os quais passamos a desenvolver: elemento contratual, relacional, sistema de venda ou prestação de serviço à distância organizado pelo fornecedor e, por último, técnica de comunicação à distância.

³³ Referimo-nos ao Decreto nº 24/2014, no seu artigo 3º, alínea f), que define o contrato à distância como aquele que é “celebrado entre o consumidor e o fornecedor de bens ou serviço sem presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda de prestação de serviços organizado para o comércio à distância mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância até a celebração do contrato”.

O primeiro elemento é contratual, apesar de a noção do art.º 4º/40 falar apenas em venda, estamos perante um contrato de consumo quando “o contrato incide sobre uma coisa, um serviço ou direito destinado a uso não profissional de um dos contraentes, sempre que o outro contraente actue no âmbito da sua actividade profissional”.

A grande questão que se coloca consiste em saber se os contratos de prestação de serviços também estão incluídos nesta definição. No entanto de acordo com o art.º 3º/1 da LDC, o serviço constitui, à semelhança do bem, o objecto da relação de consumo, uma vez que ao consumidor são: (...) “fornecidos bens e prestados serviços”. Para responder à questão em apreço, implica fazer recurso ao artigo 3º/4 da LDC, que estabelece:

“Serviço é qualquer actividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive às de natureza bancária, financeira, crédito e securitária, excepto as decorrentes de relações laborais.”

Portanto, podemos inferir que não se aplica a LDC em todas as prestações de serviços, aplica-se apenas às actividades oferecidas no mercado de consumo, por outro lado, não será considerado serviço para efeito desta Lei as actividades que apesar de serem oferecidas no mercado de consumo, forem gratuitas, portanto, é exigível que a actividade seja remuneratória. E, por último, a Lei em causa exclui da sua aplicação as relações que se estabelecem entre empregado/empregador, porque não pode haver encargos atribuídos pela legislação do trabalho.

Ressalte-se que tendo em conta o art.º 3º/6 da LDC, “consideram-se incluídos neste âmbito da presente Lei os bens e serviços fornecidos e prestados por organismos da Administração pública, por pessoas colectivas, por empresas de capitais públicos ou detidos maioritariamente pelo Estado e por empresas concessionárias de serviços públicos”.

No entanto, podemos concluir que nem todos os serviços prestados pelas pessoas colectivas públicas serão regulados pela Lei de Defesa do Consumidor. Por isso há que delimitar os serviços públicos abrangidos por esta Lei.

Segundo Carlos Magalhães³⁴, a delimitação decorre do art.º 3º/4 da LDC, ao estabelecer como exigência fundamental o elemento remuneração. Deste modo, só os serviços prestados por pessoas colectivas públicas que perseguem fins lucrativos abrangem o âmbito de aplicação da Lei de Defesa do Consumidor.

O segundo elemento é relacional, tem a ver com os sujeitos que celebram os contratos à distância, (Consumidor/Fornecedor) adoptamos os sujeitos da relação que nos é dado pela LDC art.º 3º/1 e 2, e o artigo

³⁴ MAGALHÃES, Direito do Consumidor, *A Responsabilidade Civil do Fornecedor*, Escolar Editora- Angola, 2010, p 106

da venda à distância (art.4º/40/44). O conceito de consumidor e fornecedor inclui pessoa física ou jurídica. O fornecedor pode ser uma entidade pública ou privada, nacional ou estrangeira.

O nosso ordenamento jurídico apresenta um único conceito de consumidor (art.º 3º/1 LDC), que, por esta razão, serve para a regulação da relação consumista no seu todo e um conceito de fornecedor que inclui pessoas físicas e colectivas (art.º 3º LDC), mas a principal especificidade que justifica um regime especial é a ausência simultânea das partes, ou seja, a distância em relação ao bem ou o serviço e ao profissional. Sendo o ponto essencial na análise de qualquer regime que tenha por objecto contratos celebrados à distância, pelo que será mais um elemento que caracteriza estes contratos.

O terceiro elemento, sistema de venda ou prestação de serviço à distância organizado pelo fornecedor, subsume três aspectos relevantes: que o fornecedor tenha criado um sistema de contratação próprio, a apresentação da proposta contratual deve ser da exclusiva iniciativa do fornecedor e, por último, que o fornecedor se mostre disponível para contratar pelo sistema criado por si.

Importa referir que o legislador angolano não clarifica o meio a utilizar na venda à distância, ao referir no artº4/40, que consiste em“(…) Qualquer meio de comunicação, sem presença física dos intervenientes”

Atendendo a estes quatros elementos identificadores dos contratos celebrados à distância, considera-se que o papel, na medida em que pode ser enviado ou distribuído, através de carta endereçada ou não, ou catálogo, o telefone fixo e telemóvel (voz ou dados), a televisão, o correio ou a internet podem ser designados como meios de contratação à distância.³⁵

5.2 Âmbito de Aplicação

Este regime aplica-se tanto nos contratos de compra e venda de bens como na prestação de serviços. Neste âmbito, o que o distingue de outros contratos é o facto de a celebração do contrato não pressupor a deslocação do profissional ao domicílio do consumidor nem vice-versa.

O ordenamento jurídico angolano não restringe o âmbito de aplicação dos contratos à distância, o que nos leva a entender que se aplica em todos os contratos dessa natureza, sendo assim, se justifica uma regulação específica para proteger melhor o consumidor.

³⁵ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos contratos*, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2009 p. 122

Já o ordenamento jurídico português, através do art.º 2º do DL 24/2014, restringe expressamente o âmbito de aplicação em alguns contratos, com destaque para os que se seguem, pois existem vários, mas queremos apenas sublinhar estes: contratos de serviços financeiros e os relativos a direitos reais de habitação periódica ou habitação turística, que têm características que justificam um regime especial; em relação aos contratos celebrados através de máquinas automáticas, a exclusão destes contratos justifica-se por existir presença física e simultânea das duas partes, quer dizer, a máquina que disponibiliza a oferta contratual, representando o fornecedor; e o consumidor que pretende adquirir o produto.

A não restrição significa que o consumidor pode alegar o Direito de arrependimento em qualquer tipo de contratos celebrados à distância ou fora de estabelecimento comercial, o que pode constituir abuso do direito. Tomando de exemplo, o consumidor que joga à distância na lotaria de Angola e não ganha, surge dentro do prazo estipulado por Lei a alegar que pretende exercer o direito de arrependimento quanto ao jogo. Como vemos, é necessário haver restrições ao âmbito de aplicação dos contratos celebrados à distância.

5.3 Modalidades de contratos celebrados à distância

Referimos quatro (4) possíveis formas de contratação à distância: venda por correspondência postal, contratos celebrados através do telefone, contratos celebrados através da televisão (tele vendas) e, por último, contrato celebrado pela internet. Que passaremos analisar em pormenor a seguir.

Ressalte-se que a LAC não se refere aos contratos que se celebram através da internet, mas faz referência aos contratos electrónicos, conforme o artigo 22º.

5.3.1 Venda por correspondência postal

No ordenamento jurídico angolano, a venda por correspondência postal é exercida pela figura de caixeiro-viajante (art.4º/6). Apesar desta designação, este regime também se aplica a contratos de prestação de serviços. Podendo ser assim definida:

“É aquele que por meio de catálogos, cartas, avisos, circulares ou quaisquer documentos análogos, realiza operações de comércio em nome próprio ou de outrem em localidade diversa daquela em que tiver o seu domicílio”. Neste sentido, o art.º 15º/5 da LDC não nos apresenta de forma expressa (taxativa) a definição de venda à distância, mas apresenta a designação de venda por meio de correspondência que, no entanto, julgamos incluir-se na venda à distância (art.º 4º/40).

A venda por correspondência postal efectua-se através do envio de convite a contratar ou proposta contratual para pessoa determinada ou indeterminada de bem ou serviço por via dos correios³⁶ que tomam a forma de convite a contratar ou proposta contratual. A grande questão que se colocar é saber distinguir convite a contratar da proposta contratual.

Segundo António Monteiro Cordeiro, estamos perante uma proposta contratual quando uma declaração feita seja completa e precisa, devendo incluir todos os elementos necessários ao contrato de modo a que a outra parte com uma simples aceitação fique concluído o contrato; ao passo que o convite a contratar não inclui os elementos necessários do contrato, assim sendo com a simples concordância do destinatário não faz surgir o contrato.

Considera-se venda à distância nos termos do art.º 4/40 porque utiliza meio de comunicação à distância (catálogo, panfletos ou correspondências personalizadas) e sem presença física dos contraentes.

Apesar das “inundações” frequentes nas caixas de correios com correspondências não solicitadas, no qual podia estar em causa a invasão da vida privada³⁷, considera-se ainda assim a modalidade de contratação à distância menos agressiva³⁸. É que o consumidor pode não tomar contacto com estas propostas contratuais, ou seja, o consumidor pode não abrir o impresso ou a carta retirada do correio.

Importa referir que o envio ou a entrega de bens ou qualquer serviço sem autorização prévia é considerado prática abusiva [art.º 22/1 b) da LDC], pelo que o consumidor fica exonerado da responsabilidade da devolução ou compensação, assim como não se responsabiliza pelo risco de perecimento ou deterioração da coisa (art.º 15/4 da LDC). Esta cautela legislativa reduz significativamente o grau de agressividade desta modalidade de contratação.

5.3.2 Venda Celebrada por Telefone

Esta modalidade de contratos celebrados à distância não consta expressamente da Lei das actividades comerciais em Angola, mas podemos encontrar o seu enquadramento legal no art.º 15º/5 da LDC, porque o legislador refere que pode “(...) ocorrer fora do estabelecimento comercial por meio de correspondência ou outros equivalentes”. Podemos entender que esta norma ampara a venda celebrada por Telefone, uma vez que se trata de um meio de contratação à distância.

³⁶ CARVALHO, Jorge Morais, *manual de...*, Cit., p. 145

³⁷ SILVA, Fernando Dos santos, “Dos contratos negociado a distancia”, 1996, p. 49

³⁸ OLIVEIRA, Arnaldo, Filipe, *Contratos Negociados à Distancia – Alguns Problemas Relativos Ao Regime de Protecção dos Consumidores*, Solicitação e o Consentimento em Especial – Separata da Associação Portuguesa do Consumo, RPDC 1996 p. 73

OS contratos celebrados através do telefone, em detrimento da venda por correspondência postal, são vistos como a técnica mais agressiva entre as formas de contratação à distância. Se, por exemplo, um consumidor recebe um telefonema de um determinado profissional apresentando algum produto, em princípio será fácil negar, mais se for constantemente contactado, o consumidor pode não resistir e aceitar contratar.

5.3.3 Televenda

O art.º 4/36 da LAC designa como Tele-venda a forma de negociação efectuada através dos canais televisivos, que tem por objectivo a comercialização de bens ou serviços. Embora tenha de ter um espaço próprio e não em simultâneo com outros programas, de acordo com o artigo 9º/2 da LG P.³⁹ Quanto à aceitação pode não ser usada a mesma técnica de comunicação, sendo muito frequente a aceitação através do telefone.

Esta modalidade de contratação obriga-nos a recorrer à Lei nº 9/02 de 30 de Julho (Lei geral de Publicidade). De acordo com o artigo 2º da referida lei, “entende-se por publicidade toda a forma de emissão de mensagem com o fim de atrair a atenção do público, para um determinado bem ou serviço, incluindo direitos e obrigações”.

O ordenamento jurídico angolano “blindou” o respeito a publicidade como um direito fundamental (art.º 72º/3 CRA), como também introduziu matérias sobre a publicidade na LDC, porque entendeu que a protecção do artigo 12º LGP poderia não ser suficiente face às práticas desleais dos operadores económicos.

Significa que a informação pré-contratual, nestas situações, deve ser clara e compreensível por parte do seu destinatário, visível e audível, porque o consumidor celebra o contrato em função dos elementos que o fornecedor disponibilizar, sendo proibidas as formas de publicidade oculta, indirecta ou enganosa (art.º 78º/3 da CRA).

No ordenamento jurídico português orienta-se que devem constar na proposta contratual as seguintes informações, entre outras: a indicação do nome do profissional, a sua localização geográfica, as características essenciais do bem ou do serviço, o preço e restantes encargos ou despesas associadas ao contrato, prazo e forma de exercer o direito de arrependimento⁴⁰.

³⁹ CARVALHO, JORGE MORAIS, *manual de...*, p. 146

⁴⁰ CARVALHO, Jorge Morais, *manual de...*, p. 147

5.3.4 Venda Celebrada por Internet

À semelhança das outras modalidades de contratos celebrados à distância, a venda celebrada por internet também não está contemplada no ordenamento jurídico angolano (art.º 22º da LAC).

Contratos celebrados pela internet consideram-se também uma contratação à distância com recurso ao sistema informático. O que possibilita o fácil acesso às informações em qualquer lugar do mundo através de uma rede de computadores interligados⁴¹.

Os contratos celebrados através da internet incidem simplesmente sobre as páginas colocadas na internet que possibilitam com um simples “clique” a aquisição de bens e serviços. No entanto, se de um lado o processo de contratação é cómodo e célere para consumidor, por outro lado o contrato entre partes que não se encontram presentes fisicamente no momento da sua celebração dificulta averiguar a idoneidade e honestidade do fornecedor ou mesmo vice-versa. Outra desvantagem é provar que o simples clique não se trata de confirmação do contrato⁴².

Jorge Morais Carvalho⁴³ entende que um dos principais problemas que se levantam em torno dos contratos celebrados pela internet tem a ver com a ligação entre a mensagem emitida pelo profissional e o processo da contratação, devido ao facto de ser uma modalidade de contratação que pressupõe a distância entre as partes, tornando difícil averiguar a idoneidade e a seriedade de s ambas as partes (consumidor/fornecedor), isto se deve pelo facto de não existir contacto entre consumidor e fornecedor e muito menos aproximação com produto ou serviço antes da celebração do contrato, que no entanto em muitos casos provoca abusos excessivos da parte dos contraentes. Por este facto, Delmida de Assunção C. S. e Silva⁴⁴ considera (...) “uma teia de armadilhas jurídicas nos diferentes ordenamentos a nível mundial.” As informações colocadas no site da Internet devem ser as mais claras possíveis, facilitando o consumidor final em relação aos bens e serviços que pretende adquirir. Refira-se que não existe um regime legal do comércio electrónico na realidade angolana.

No ordenamento jurídico português a modalidade de contrato celebrado à distância através da internet é regulada pelo Decreto-Lei 24/2014 e Decreto-Lei 7/2004 (Regime do Comércio Electrónico), por inexistência também de um diploma especial.

⁴¹<http://www.significados.com.br/internet/> dia 27 de Outubro de 2015 as 13 horas e 30 minutos

⁴² SILVA, Delminda de Assunção Costa e, *In Estudo de Direito do consumidor* nº5 2003, 433-434

⁴³ CARVALHO, JORGE MORAIS, *manual de direito do consumo*, 2014, Ob, Cit., p.150

⁴⁴ SILVA, Delmira De Assunção Costa E, *Contratos À Distancia, O Ciberconsumo*, Centro de Estudo de Consumo Ano 2003, p. 434

5.4 Elementos específicos dos contratos à distância

Quando nos referimos ao contrato celebrado sem a presença física e simultânea dos seus intervenientes, dado que o consumidor assume uma posição contratual de desfavorecimento em relação ao fornecedor, isso nos coloca diante de uma necessidade de criar e regular, especificamente, os contratos celebrados à distância. Sem dúvida, cabe ao Estado angolano legislar sobre esta matéria.

Deste modo, os contratos celebrados à distância apresentam três regras relevantes para a protecção do consumidor: direito do consumidor à informação pré-contratual, obrigação de confirmar o conteúdo do contrato e o direito de arrependimento, o qual iremos aflorar ao longo do trabalho.

5.5 Direito à informação pré-contratual

Como já afloramos anteriormente, o direito à informação no ordenamento jurídico angolano está no leque dos direitos fundamentais (art.º 78 da CRA). O fornecedor deve prestar as informações correctas, necessárias e num local de fácil acesso para ajudar na decisão do consumidor na fase pré-contratual⁴⁵ (art.º 15º e 17º e n.ºs 1 e 2 do artigo 3º da LCCG), deste modo, o dever de comunicar ao consumidor da parte do fornecedor não se limita às características dos produtos e serviços, mas também sobre o conteúdo do típico vínculo de consumo⁴⁶ (art.º 20º/1 da LDC). Pode afirmar-se que a LCGC no artigo 3º n.º 2, torna possível o conhecimento preciso e necessário dos elementos fundamentais do contrato.⁴⁷

Neste caso, qualquer omissão dos deveres pré-contratuais que põe em causa os deveres de lealdade e de boa-fé, princípios que norteiam os preliminares dos contratos (art.º 227º CC). Entende-se que estão em causa a existência de abuso de direito em geral. Porque o fornecedor obriga-se na relação de consumo por um comportamento honesto, tendo como padrão o “consumidor médio”, prestando todas informações sobre o bem ou contrato a celebrar de modo a facilitar a decisão de contratar, pautando por princípio da boa-fé, tendo em conta a presunção da especial debilidade do consumidor em relação ao conteúdo do contrato, impondo ao fornecedor a inclusão de uma quantidade de elementos precisos acerca da sua identidade e das cláusulas dos contratos que se pretende celebrar com o consumidor.⁴⁸

⁴⁵ OLIVEIRA, Elsa Dias Oliveira, A protecção do consumidor nos contratos celebrado através da Internet, Almedina, 2002, p. 66-67

⁴⁶ RODRIGUES, Rául Carlos De, *O consumidor no Direito Angolano*, Ano 2009, Almedina, p. 113

⁴⁷ Em relação ao dever de informação recorremos a jurisprudência portuguesa, Ac STJ de 27 de Setembro de 2005, SJ200509270021436, do qual condenou o fornecedor de aluguer de automóvel por não observar o conhecimento das cláusulas gerais do contrato de adesão.

⁴⁸ CARVALHO, JORGE MORAIS, *manual de direito do consumo*, 2014, Ob, Cit., p.95

Nesta senda, o direito à informação entende-se como o conjunto de informações que devem ser disponibilizadas pelo fornecedor ao consumidor antes da celebração do contrato e influenciando consideravelmente o consumidor.

Por esta razão, o Regulamento sobre Afixação de Preços em Estabelecimento Comerciais⁴⁹, evidenciando este dever pré-contratual, estabelece no artigo 1º, “que todos os bens destinados à venda ao público devem indicar o respectivo preço de venda ao consumidor”, e a Lei das Actividades Comerciais⁵⁰ faz referência também a estes deveres pré-contratuais.

Esta informação prévia justifica-se na medida em que o consumidor desconhece a contraparte e pelo facto de não poder entrar em contacto físico com o bem ou serviço. Sem dúvida, assumindo a maior parte do risco o consumidor.⁵¹ Por esta razão, as informações devem ser comunicadas claramente, na íntegra e com antecedência necessária de forma a que o consumidor esteja satisfeito. Caso contrário constitui infracção grave punível nos termos do artigo 36º/1 g) LAC.

5.6 Principais características da informação pré-contratual

De acordo com Paulo Mota⁵² as informações que se prestam devem obedecer aos requisitos da essencialidade, compreensibilidade, acessibilidade e tempestividade. Que passamos a explicitar:

O requisito de essencialidade consiste nas informações sem as o consumidor não se mostraria disponível a celebrar o contrato, por exemplo, o consumidor não celebra o contrato sem saber as características dos bens ou serviços a contratar. Resulta do artigo 78º da CRA que “o consumidor tem direito à qualidade” dos bens ou serviços perante uma relação de consumo, sendo elemento essencial para a interpretação do contrato. Assim, “os bens ou serviços devem ser aptos para satisfazer os fins a que se destinam e produzir os efeitos que lhes atribuem” (art.º 5º/1 da LDC), deste modo, proibir-se-á a entrada no mercado de produtos ou serviços que põem em causa a saúde ou a segurança do consumidor (art.º 6º/1).

O requisito de compreensibilidade tem a ver naturalmente com o meio de comunicação utilizado que tem de ser adequado ao receptor. Segundo Paulo Mota Pinto⁵³, “(...) na apreciação deste requisito não tem de

⁴⁹ Decreto Executivo nº 33/00, de 5 Maio

⁵⁰ Art.º 23º da LAC, refere a indicação de preço ao público dos produtos expostos para venda a retalho, e também fala dos meios pelos quais devem as indicações ser feitas. Estabelece ainda que as vendas de bens ou serviços por preço superior ao constante dos respectivos meios de indicação dos preços constitui uma infracção grave e punível (art.º 36/1 d) e 2 do referido diploma).

⁵¹ BRITO, Igor Rodrigues, “Dever de informação nos contratos celebrados à distância e ao domicílio”, 2005, pp. 478-479

⁵² PINTO, Paulo Mota, *Princípios relativo aos Deveres de informação no Comercio à Distancia*, Estudos do Direito do Consumidor Nº 5 Ano 2003, p. 195-201. No mesmo sentido CARVALHO Jorge Morais, *manual de...*, Cit. p. 143

⁵³ PINTO, Paulo Mota, *Princípios Relativos ao Deveres de Informação no Comercio à Distancia*, Centro de Direito do Consumo Nº 5 – Coimbra, 2003, p. 197

partir-se, porém, do modelo de um consumidor cuja formação e capacidade se situem abaixo da média” ou seja, não pode o fornecedor fazer uso de conceitos técnicos, por exemplo, se a proposta a contratar for pelo telefone, tem de ser em português, mais se for pela internet tem de ter em conta o público alvo. Assim sendo, o primeiro problema do requisito da compreensibilidade prende-se naturalmente com a língua em que é fornecida a comunicação.

O legislador angolano resolveu esta situação ao estabelecer que:

“a oferta e a apresentação de bens ou serviço devem assegurar informações correctas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre as 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”. (art.º 20º/2 da LDC)

No caso do requisito de acessibilidade, as informações devem ser o mais acessíveis possível ao consumidor, adaptando-se às necessidades técnicas específicas. Nos casos em que se faz a publicidade na rádio ou na televisão, a informação tem de ser legível e audível pelo consumidor, evitando dúvidas, porque se a informação for insuficiente, ilegível ou ambígua, o consumidor final pode exercer o direito dentro do prazo estabelecido na lei (art.º 9º/2 do LDC).

O requisito de tempestividade consiste na informação ser prestada antes de se celebrar o contrato à distância, fazendo com que o consumidor possa ter o tempo necessário de fazer a sua análise, permitindo-lhe tomar uma decisão mais acertada de acordo com o art.º 3º/2/3 da LCCG.

Nos contratos à distância e fora do estabelecimento comercial, apesar de o fornecedor exigir os elementos pré-contratuais impostos pelo art.º 20º da LDC, ainda assim, o fornecedor pode omitir ou falsear algumas informações⁵⁴, contrariando as regras da boa-fé (art.º 227º CC), a qual responde pelos danos que cause ao consumidor (art.º 9º/3 da LDC).

Importa salientar que a legislação portuguesa impõe que o conteúdo da informação deve ser, em regra, por escrito ou através de um outro suporte duradouro. Ressalte-se que a confirmação por escrito não se limita aos contratos por escrito em papel, mas também pode ser em documento com suporte electrónico, (art.º 9 do DL nº 24/2014, de 14 de Fevereiro).

⁵⁴ Por este facto, o ordenamento jurídico português ao contrário do ordenamento angolano que não tem uma Lei especial estabelece uma série de informações pré-contratuais relativas aos contratos celebrados à distância ou fora do estabelecimento comercial, que o fornecedor deve facultar ao consumidor em tempo útil e de forma clara e compreensível (art.º 4º DL 24/2014)

Por outro lado, é necessário destrinçar a forma escrita nos contratos fora do estabelecimento comercial (art.º 9º) e a confirmação do conteúdo dos contratos celebrados à distância (art.º 6º). Assim sendo, o Diploma em causa no art. 9º introduz o requisito de forma, afastando assim o princípio da liberdade da forma (art.º 219º do CC), uma vez que o art.º 9º impõe a forma escrita nos contratos fora do estabelecimento comercial, além de que exige que as informações pré-contratuais obrigatórias devam ser disponibilizadas em tempo útil, de forma clara e compreensível (art.º 4º do DL 24/2014), sob pena de nulidade nos termos gerais (art.º 220 do CC).

Ao passo que nos contratos à distancia a Lei só afasta o princípio da liberdade da forma nos contratos celebrados por telefone (art. 5º/7 do DL 24/2014), em que a aceitação tem de ser de forma escrita, já os outros, obrigam que a confirmação do referido contrato tenha por objectivo o conhecimento das cláusulas (art.º 6º do DL 24/2014), melhor dizendo, nos contratos fora do estabelecimento comercial, para qualquer modalidade a Lei impõe de forma expressa a forma escrita. Além disso, a Lei ressalva ainda que as informações a que fizemos referência sejam prestadas num outro suporte duradouro desde que o consumidor concorde (art.º 9º/2 do DL 24/2014).

5.7 Forma e formação do contrato

Face à inexistência de uma lei específica para regular os contratos celebrados à distância, fazemos recurso ao Código Civil, à Lei das Cláusulas Contratuais gerais dos Contratos e à Lei de Defesa do Consumidor.

À luz do princípio da liberdade de forma (art.º 219), os contratos não carecem de forma, ou seja, decorrem de proposta e aceitação salvo se houver imposição legal ou mútuo acordo. Embora o direito do consumo vá trilhando em busca do formalismo com excepção ao princípio da consensualidade com o objectivo de proteger o consumidor final.⁵⁵

Quando as partes estipulam forma especial, ao mesmo tempo estão a excluir o princípio da liberdade de forma. Ora, significa que as partes não se querem vincular senão pela forma convencionada (art.º 223º/1 do CC).

No caso da existência de um regime especial que impõe a redução a escrito do contrato à distância, a não observância gera nulidade nos termos do artigo 220º, invalidade atípica na medida em que só pode ser invocada pelo consumidor. Também pode e deve ser também conhecida oficiosamente pelo tribunal quando

⁵⁵ ALMEIDA, Carlos Ferreira de, *contratos* Editora Almedina 1995-2005

preenche cumulativamente dois pressupostos⁵⁶: “os elementos necessários para se concluir pela nulidade devem constar do processo; por outro lado, depende da intenção do consumidor no sentido de não ser vinculado ao contrato, quer seja declarada de forma expressa quer resulte de elementos constantes dos autos.” Porque se a inobservância do requisito de forma se for invocado pelo fornecedor estaríamos a desproteger o consumidor final.

No ordenamento jurídico português, apesar da inexistência de um regime regra para forma dos contratos de consumo, já se tem notado alguma tendência de forma escrita. Nos contratos celebrados à distância, a forma escrita é exigida apenas nos contratos por telefone⁵⁷; a forma escrita é ainda imposta para todos os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.⁵⁸ A mesma lei aligeira um pouco na medida em que possibilita que a informação em causa possa ser transmitida por outro suporte duradouro, desde que o consumidor consinta.⁵⁹ Esta regra pressupõe, no entanto, a celebração válida do contrato.

Deste modo, a imposição da forma especial escrita, por um lado, permite uma decisão mais acertada do consumidor final e fornece elementos probatórios do contrato, mas também por outro lado, dificulta a celeridade da celebração do contrato.

Nesta ordem de ideias, podemos dizer que os contratos de consumo formam-se obedecendo a dois modelos distintos para os contratos em geral o documento contratual único e o modelo da proposta seguida de aceitação.

Salientamos ainda, que à luz do princípio da transparência, estas cláusulas acordadas devem ser comunicadas de uma forma clara e na íntegra aos aderentes que se limitam a subescrevê-las ou aceitá-las sob pena de serem afastadas do contrato (art.º 3/1/3 e 5º da LCCG).

Com o surgimento de novos conteúdos contratuais no âmbito do consumo, o legislador angolano entendeu reforçar a protecção dos interesses económicos do consumidor, impondo os deveres de legalidade e da boa-fé (art.º 15/1/3), servindo como nuvem protectora do consumidor na fase pré-contratual e na fase contratual propriamente dita, pois regulam o comportamento do fornecedor.

Por outro lado, o facto de o consumidor não ter a possibilidade de discutir o conteúdo do contrato com o fornecedor torna-o mais débil na relação de consumo. Razão por que o diploma das cláusulas contratuais

⁵⁶ CARVALHO, Jorge Morais. PINTO FERREIRA, João Pedro, Contratos à distância e fora do Estabelecimento Comercial, 2014, p. 87

⁵⁷ Artigo 5º/7 do DL 24/2014, “quando o contrato for celebrado por telefone, o consumidor só fica vinculado depois de assinar a oferta ou enviar o seu consentimento escrito ao fornecedor de bens ou prestador de serviços”.

⁵⁸ Artigo 9º/1, “o contrato celebrado fora do estabelecimento comercial é reduzido a escrito e deve, sob pena de nulidade, conter, de forma clara e compreensível e na língua portuguesa, as informações determinadas pelo artigo 4º.”

⁵⁹ Vd, 9º/2 do DL nº 24/2014

gerais (Lei nº 4/03, de 18 de Fevereiro, DR nº 13, I Série) e a Lei de Defesa do Consumidor (Lei nº15/03 de 22 de Julho) visam tutelar a liberdade contratual do consumidor.

6. Direito ao arrependimento

O direito de arrependimento, embora alguns preceitos se refiram a direito de livre resolução, direito à retractação ou direito à desistência, considera-se a figura mais problemática a nível do direito do consumo. Tem por finalidade equilibrar a relação de consumo face aos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial mais concretamente nos casos de insuficiência do regime dos vícios da vontade em especial a coacção e o erro.⁶⁰ Em virtude da especial debilidade do consumidor, justifica-se um tratamento distinto.

A tutela especial surge pelo facto de não existir uma relação presencial, o que diminui consideravelmente os índices de confiança do consumidor destinatário final. Ou seja, o consumidor celebra o contrato “às cegas”, embora à sombra do princípio da boa-fé. Note-se que o consumidor tem dificuldade de confrontar se o bem ou serviço que pretende adquirir corresponde com as suas ansiedades.⁶¹

6.1 Pré-requisitos do Direito do Arrependimento

Pode dizer-se que o nosso ordenamento jurídico, de acordo com o artigo acima referido abarca dois pré-requisitos para exercer o direito de arrependimento: que haja contratação de fornecimento de bens ou serviços, que tenha sido celebrado fora do estabelecimento comercial, por meio de correspondência ou outros serviços equivalentes no qual subentende todos os contratos celebrados à distância; e que o arrependimento seja realizado dentro do prazo legal de 7 (sete) dias.

A nossa lei de defesa do consumidor, à semelhança do código de consumo Brasileiro⁶² não descreve pormenorizadamente os tipos de contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, não tendo igualmente estabelecido os requisitos necessários para tal modalidade de contratação nem fixado seus respectivos objectos. Na realidade, limitou-se a instituir no artº. 15º/5 o direito de arrependimento, permitindo ao consumidor, em contrato à distância ou contrato celebrado no domicílio do consumidor, uma

⁶⁰ CARVALHO, Jorge Morais. PINTO FERREIRA, João Pedro, Contratos à distância e fora do Estabelecimento Comercial, 2014, p. 92

⁶¹ LOOS, Marco, Rights p. 248

⁶² Artigo 49º CDC brasileiro, “consagra o consumidor pode desistir do contrato no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente telefone ou a domicílio”. Note-se o consumidor tem a possibilidade de arrepender-se desde que seja dentro do prazo de sete dias e que o contrato tenha sido celebrado fora do estabelecimento comercial ou a distância.

vez que os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial não se limitam aos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial podendo o consumidor desistir dele no prazo de sete dias, e o parágrafo primeiro do mesmo preceito legal reforça o direito à devolução da quantia monetária e actualizada.

No tocante a estes requisitos, cumpre indagar se os contratos via Internet são realizados dentro ou fora do estabelecimento comercial, já que, se tratando de direito de arrependimento, o mesmo apenas se aplica em toda a relação de consumo que seja celebrada fora do estabelecimento comercial. Caso para dizer que não se pode fazer uma interpretação restritiva da lei.

Ao contrário do ordenamento jurídico português que prevê claramente em que consistem os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial⁶³ e os contratos celebrados à distância.⁶⁴

O principal objectivo deste instituto é evitar as vendas abusivas de produtos não solicitados⁶⁵. Deste modo, o consumidor fica protegido perante práticas comerciais agressivas com recurso a técnicas de comunicação à distancia, (Internet, telefone, Telemarketing e etc.)

6.2 Conceito de Direito de Arrependimento

Para Pedro Romano Martinez⁶⁶, o direito de arrependimento é o direito que se confere a uma das partes (o consumidor) num negócio jurídico de se arrepender por ter celebrado um determinado contrato.

No nosso ponto de vista, entendemos que o direito de arrependimento pode ser definido como o direito que se confere ao consumidor de poder se desvincular contratualmente de forma imotivada, ou seja, trata-se de um direito *ad nutum*, porque não precisa de alegar o motivo para a resolução do contrato, apenas depende da vontade discricionária do consumidor.

Na lei angolana o direito do arrependimento encontra-se previsto no artigo 15º/5 do LDC: “o consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias úteis a contar da data de recepção do bem ou

⁶³ Este conceito transpõe a definição constante do artigo 2º - 8) da Directiva 2011/83/EU, com alterações, resultantes da tentativa de compatibilizar o novo regime com o anterior regime dos contratos celebrados no domicílio ou equiparados (art.º 13 DL 143/2001. No entender Jorge Morais Carvalho e João Pedro Pinto Ferreira, este novo conceito não é perfeito porque ainda inclui contratos celebrados no estabelecimento, de acordo arts. 2º - 8) – c) da Directiva 2011/83/EU e 3º - g) – i) e iv) do DL 24/2014, Assim sendo completa se seis (6) categorias de contratos fora do estabelecimento comercial: Contrato celebrado no domicílio do consumidor, contratos celebrado no local de trabalho do consumidor, contratos celebrado em reuniões, contrato celebrado em excursões, outros contratos celebrado fora do estabelecimento comercial e por ultimo contratos celebrado em local indicado pelo profissional,

⁶⁴ Para efeitos de aplicação do DL 24/2014 e o DL 7/2004 (Regime do Comercio Electronico). Segundo Jorge morais Carvalho, um dos principais problemas suscitados pela aplicação do art.º 4/1 do DL 24/2014 nos contratos celebrados através da internet, prende-se com “à conexão entre a mensagem e o processo contratual, a colocação na pagina em condições a ser vista e analisada pelo consumidor antes da celebração do contrato.”

⁶⁵ FERREIRA, Alexandre Libório Dias, *Comercio Electrónico Na Sociedade de Informação: Da segurança Técnica Á Confiança*, Almedina, 1999 p. 114

⁶⁶ MARTINEZ, Pedro Romano, *Da Cessação do Contrato*. 2ª Ed. Lisboa. Almedina, 2006 p. 157

serviço, sempre que a contratação de fornecimento de bens ou serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, por meio de correspondência ou outros serviços”

6.3 Fonte

“O direito de arrependimento é, regra geral, um direito subjectivo de origem legal.”⁶⁷

O facto de haver um instrutivo legal que regule o direito de arrependimento não obsta que as partes, de acordo com o princípio da consensualidade, acordem a inclusão do exercício deste direito, à luz do princípio da liberdade contratual (art.º 405º), podendo assim o direito de arrependimento ter fonte legal ou contratual.⁶⁸

Consideramos o direito de arrependimento com fonte legal os casos previstos na lei (art.º 15º/5 LDC). E direito arrependimento com fonte contratual, sendo uma excepção a regra, surgindo de acordo entre as partes, ou seja, isto tem como fundamento promoção do fornecedor ou de determinados bens ou serviço (*estratégias de marketing*). No entanto, esta possibilidade de desistir do contrato incentiva o consumidor a adquirir o bem ou serviço.⁶⁹

6.4 Prazo

O regime jurídico angolano estabelece um prazo de sete (7) dias úteis para o exercício do direito à desistência, contados a partir do momento da recepção do bem ou serviço. Se houver dúvidas em relação à contagem do prazo, recorrer-se-á ao artigo 279º do CC. Assim, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, serão integralmente devolvidos de imediato e monetariamente actualizados de acordo com o art.º 15/5 do parágrafo 1º do LDC.

O prazo indicado é aplicado tanto nos contratos fora do estabelecimento comercial por meio de correspondência ou nos contratos à distância. Decerto que o objectivo do legislador angolano é ter prazo unitário e harmonioso.

No Brasil o prazo para o exercício desse direito, denominado de “prazo para reflexão”, consoante o art.º 49 do CDC, é também de sete dias, apesar de não se referir aos sete dias úteis, o que pressupõe adoptar o prazo corrido que é estabelecido no artº132 do Código Civil⁷⁰, considerado pelo legislador o suficiente

⁶⁷ SOUSA, Alexandra Nóbrega Teixeira de, *O Direito de Arrependimento nos contratos Celebrados à Distancia e Fora do Estabelecimento*, Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa 2015, p. 44

⁶⁸ CARVALHO, JORGE MORAIS, *manual de...*, p. 111-112

⁶⁹ CARVALHO, Jorge Morais. PINTO FERREIRA, João Pedro, *Contratos à...*, p. 94

⁷⁰ GOMIDE, Alexandre, *Junqueira, Direito de...*, p.169

para não se incorrer em eventuais abusos que possam ser praticados pelo próprio consumidor no exercício do seu direito, em prol da boa-fé, harmonia e equidade, como princípios norteadores da própria relação de consumo previstos nos artºs. 4º, III, e 7º, ambos do Código de Defesa do Consumidor.

Em Portugal, o prazo para o exercício do direito de arrependimento, de acordo com a Lei, é de catorze (14) dias. O início da contagem dos prazos varia consoante o objecto do contrato⁷¹.

6.5 Preço

Segundo Jorge Morais Carvalho e João Pedro Pinto Ferreira, não parece que o preço seja elemento essencial. O consumidor ao exercer o direito de arrependimento está isento de qualquer pagamento, excepto se estiverem em causa despesas que o profissional tenha tido para o cumprimento do contrato.⁷² Devendo, no entanto, o consumidor obterá restituição da quantia supostamente paga, relativa ao bem ou serviço mediante correcção monetária, (paragrafo 1º do artigo 15º da CDC)⁷³. Caso o fornecedor rejeite esta exigência legal através de cláusula contratual, tal configura uma cláusula abusiva nos termos do art.º 16º/ b) do LDC.

6.6 A unilateralidade

No entender de Carvalho,⁷⁴ a unilateralidade é a característica essencial no direito de arrependimento. Sendo um direito exclusivo do consumidor, que não procura acordo com o fornecedor, porque se houver acordo entre as partes para o fim do contrato, diz-se revogação.⁷⁵

6.7 Ausência de fundamento

O consumidor não precisa invocar o motivo do arrependimento, ou seja, o profissional pode ter cumprido na íntegra o contrato, o bem ou serviço pode até ser de excelente qualidade, nada obsta o

⁷¹ Nos contratos de compra e venda de locação ou alguns contratos de empreitadas, o prazo começa a contar desde o momento da recepção pelo consumidor, ainda que estejam em causa vários bens em conjunto ou um bem que integre vários lotes ou partes e estes têm de ser entregues em separado, conta sempre o momento da entrega do último bem ou do último lote ou parte do bem de acordo com artº 10º/- b) do DL 24/2014.

Nos contratos de prestação de serviço, a regra é de que o prazo começa a contar a partir da data da celebração do contrato, [art.º 10º -1-a) do DL 24/2014], este entendimento estende-se também aos contratos de fornecimento de água, gás ou electricidade, desde que sejam utilizadas técnicas de comunicação à distância, [art.º 10º-1-c)].

Contratos mistos de compra e venda e de prestação de serviço, entende-se que o prazo é de catorze dias a contar da data da entrega do bem, [art.º 10-1-b) do DL 24/2014.

Perante as situações contratuais acima referidas, o prazo pode alargar-se para doze (12) meses se o fornecedor não informar o consumidor da existência do direito de arrependimento, do respectivo prazo e do procedimento do exercício do direito, [art.º 4º -1-j) ex vi art 10º/2 do DL 24/2014].

⁷² CARVALHO, Jorge Morais. PINTO FERREIRA, João Pedro, *Contratos à...*, p. 93

⁷³ Contudo semelhante ao 49º do Código de Defesa do Consumidor brasileiro.

⁷⁴ CARVALHO, JORGE MORAIS, *manual de...*, p.112

⁷⁵ CARVALHO, Jorge Morais. PINTO FERREIRA, João Pedro, *Contratos à...*, Cit., p. 93 e 94

consumidor de desistir unilateralmente do contrato. Neste caso, a ausência de fundamento no ordenamento jurídico angolano é omissa, quer dizer, o legislador limitou-se a dizer que o consumidor pode desistir do contrato.

Para Jorge Morais Carvalho⁷⁶, debruçando-se sobre a realidade Portuguesa, a ausência de fundamento é uma das características essenciais para o exercício do Direito de arrependimento; para o autor, é “a característica essencial e distintiva por excelência deste direito”. Exerce-se o Direito de arrependimento, apesar de haver o cumprimento do contrato pelo fornecedor, o direito de arrependimento pode ser exercido sem que o consumidor tenha de indicar qualquer motivo.

Pedro Romano Martinez⁷⁷ afirma que o facto de o exercício do direito de arrependimento não exigir que se alegue o motivo não pode pôr em causa o princípio da boa-fé (art.ºs 334º e 762º/2 ambos do CC) , posição com a qual concordamos.

6.8 O exercício do direito

Em virtude da inexistência de normas especiais em relação à maioria dos contratos de consumo em Angola, recorreremos subsidiariamente às regras do código civil e das cláusulas contratuais gerais. Como se viu, o artigo 15º/5 não se refere ao procedimento para o exercício do direito de arrependimento.

Já o ordenamento jurídico brasileiro criou o Decreto-lei nº 7962 que contempla especificamente no artigo 5º e seus parágrafos o dever do fornecedor de informar “de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor”. O consumidor pode exercer o seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados. E o “exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ónus para o consumidor”.

O ordenamento jurídico português instituiu o DL 143/2001, art.º 6 /5, “considera-se exercício o direito de resolução pelo fornecedor através de uma expedição de carta registada com aviso de recepção comunicado ao outro contraente ou à pessoa para tal designada a vontade de resolver o contrato.” E posteriormente a directiva nº 2011/83/EU possibilitou ao consumidor de exercer o direito de arrependimento de forma livre, desde que seja uma declaração inequívoca de resolução de contrato o que veio a ser reforçado pelo DL nº 24/2014 concretamente os artigos 11º/1/2, que revoga o DL nº 143/2001, o qual

⁷⁶ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito de...*, Cit.,p.112

⁷⁷ MARTINEZ, Pedro Romano, *da Cessação do...*,Cit. p.157

esclarece que não obstante a Lei estabelecer a liberdade de forma, é aconselhável fazer o recurso a suporte duradouro, desde que seja o meio adequado para a obtenção de prova.

Estando perante posicionamentos que divergem, entendemos que a melhor solução seja mesmo a que permite o registo da declaração, como o fax ou carta registada com aviso de recepção, uma vez que facilita a prova ao consumidor, isto sem pôr em causa outras formas de notificação.⁷⁸

Apesar de a LDC de Angola não impor uma forma especial para o exercício do direito de arrependimento, sabendo que pode ser exercido através de qualquer declaração dirigida a fornecedor, expressa ou tácita (art.º 217 do CC). A declaração expressa é aquela que pode ser através de palavras ou por escrito ou por qualquer outro meio de directo de manifestação da vontade. Deste modo, a declaração expressa pode ser por palavras, oralmente ou escrita, ainda pode ser feita por mera actuação, isto é, através de gestos.⁷⁹ Por outro lado, a tácita trata-se da simples devolução dos bens, equivale à manifestação de vontade de desistir do contrato.⁸⁰

6.9 Efeitos do exercício do direito

O efeito do exercício do Direito recai sobre dois procedimentos fundamentais:

O dever do fornecedor devolver ao consumidor o valor pago e o dever do consumidor de conservar o bem e restituir nas condições em que se encontrava no acto da celebração do contrato. Estes actos praticados no exercício do Direito causam extinção dos efeitos que resultam da celebração do contrato. Desta forma, o exercício do Direito eficácia *ex tunc*. Isto decorre, em regra, do art.º 276º do CC, por ser considerado uma condição legal o exercício desse Direito, mas o que determina a extinção do contrato é o exercício do direito e não a devolução do valor pago ou o dever de conservar e restituir o bem.

6.9.1 O dever de reembolso do valor pago

Existe um dever de o fornecedor reembolsar os valores pagos pelo consumidor para a aquisição do bem ou serviço, podendo ser utilizado qualquer meio de pagamento. O ordenamento jurídico de Angola não prevê um prazo para o efeito, mas impõe que estes valores sejam devolvidos imediatamente e actualizados de acordo com o artº15/1. Parágrafo 1º do LDC.

⁷⁸ CARVALHO, Jorge Morais, *Os Contratos de Consumo, Reflexão Sobre Autonomia no Direito do Consumo*, p. 346

⁷⁹ DONO, João Soares Silva, *Teoria Geral do Direito Civil*, Escolar Editora, Ano 2014, p.134

⁸⁰ *Ibidem* p. 346

6.9.2 Dever do consumidor de devolver o bem

O consumidor tem o dever de devolver o bem adquirido se entender exercer o direito de arrependimento, devolvendo-o em condições normais. Importa salientar que, quanto ao risco de perecimento ou deterioração do bem, a Lei de Angola é omissa, contudo, podemos fazer recurso ao regime geral do artº 796º do CC. O risco de perecimento ou deterioração do bem corre por conta do consumidor a partir do momento da concentração, pressupondo assim a entrega do bem. Este posicionamento não é de todo consensual, ou seja, é discutível, pois há quem prefira que o risco corre por conta do consumidor.

A Lei de Angola (LDC) mais uma vez, não menciona os encargos relativos à devolução do bem. Perante esta omissão legal na LDC, obriga-nos recorrer a outros ordenamentos jurídicos, embora sejam relativamente diferentes de país para país. Entretanto, tomamos como referência a Lei portuguesa⁸¹ que impõe ao consumidor suportar o custo de devolução do bem, excepto quando o fornecedor acordar suportar esse custo, e quando o consumidor não tiver sido previamente informado pelo fornecedor do bem de que tem o dever de pagar os custos de devolução. Portanto, em regra o consumidor se incumbe de suportar os custos excepto nos casos acima referidos, em qualquer dos casos impõe-se tanto ao consumidor como ao fornecedor agir de boa fé (art.º 334º do CC) para evitar que a contraparte incorra em despesas desproporcionais.⁸²

Quanto ao procedimento e ao respectivo prazo para a devolução do bem, a LDC não os refere, no entanto, recorreremos às cláusulas do CC. No nosso entender, dado que o consumidor queira accionar o Direito de arrependimento, não pode no decurso do prazo usar o bem, caso o faça e o bem se deteriore ser-lhe-á limitado o exercício do direito de arrependimento legal, no sentido em que este apenas poderá ser exercido mediante o pagamento de determinado valor.⁸³

6.10 Abuso do Direito no direito de Arrependimento

Para abordarmos o ponto de Abuso do no Direito de arrependimento, achámos pertinente referirmo-nos à figura da boa-fé (artº334 do CC).

Entende-se boa-fé em dois sentidos, objectivo e subjectivo.

⁸¹ De acordo com o artº13º nº2, als.. a) e b) Decreto Lei nº24/2014, 14 de fevereiro).

⁸² CARVALHO, Jorge Morais. PINTO FERREIRA, João Pedro, *Contratos à...*, Cit., p. 114

⁸³ Cf. GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de.. Cit.*, p.170.

Em sentido subjectivo consiste num estado de ignorância do sujeito em relação aos elementos factuais. Enquanto que no sentido objectivo tem a ver com o comportamento que a Lei ou a norma exógena exigem aos destinatários, quer dizer um comportamento que esteja em conformidade com a norma.

Assim sendo, o abuso do Direito consiste num acto ilícito que tem a ver com o excesso do Direito no sentido subjectivo por parte de um determinado sujeito ao extravasar os seus limites impostos pela boa-fé⁸⁴. Pires de Lima e Antunes Varela, no que diz respeito ao excesso dos limites da boa-fé, entendem que se deve obedecer a aspectos éticos e jurídicos que imperam na sociedade, considerando também os juízos de valor positivos já consagrados na Lei⁸⁵, porque o direito de arrependimento é considerado uma das maiores protecções de que dispões o consumidor em sede dos contratos à distancia com maior incidência sobre os contratos electrónicos, uma vez que transmite confiança aos mercados e serve de mola impulsadora nos negócios dos comerciantes.

Tomemos de exemplo, o consumidor que adquiri uma revista pela internet, poucos dias depois resolve devolvê-la, ou ainda o caso daquele que aposta 150.000 Kzs na lotaria através de um sítio electrónico e não se sagra vencedor, e requer a devolução do referido valor. Entretanto, o facto de o ordenamento jurídico não restringir o exercício do direito, recomenda-se que o exercício do direito de arrependimento seja moderado tendo em conta o princípio da boa-fé objectiva. Ao contrário estaríamos perante injustiças constantes em relação ao fornecedor⁸⁶.

No entanto, perante as situações litigantes mencionadas, exercido o direito de arrependimento, pergunta-se o que podia fazer o comerciante com a revista antiga ou bilhete vencido. A ser assim, pode-se fazer recurso ao instituto do enriquecimento sem causa.

Diante desta problemática, alguns países como Portugal, França e Alemanha, influenciados pelas Directivas do Parlamento Europeu 97/7 da CEE, dispõem de restrições ao exercício do direito de arrependimento nas suas legislações, bem como as justificações das referidas restrições.

Como já foi dito, a LDC não restringe o exercício do direito de arrependimento e a ser assim, o limite do abuso do direito é a única forma de desincentivar as condutas ilícitas por parte de alguns consumidores.

⁸⁴ LIMA de Pires, VARELA, Antunes, *Código Civil Anotado*, Vol. I 4ª Ed. Coimbra Editora, 1987 p.300

⁸⁵ Idem.

⁸⁶ GOMIDE, Alexandre Junqueira, *Direito de Arrependimento nos contratos*, Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2009 p. 122

7. Contratos Celebrados fora do Estabelecimento Comercial

Segundo Luís Menezes Leitão⁸⁷, justifica-se uma tutela reforçada dos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial para acautelar a posição fragilizada do consumidor final face a eventuais vícios deste tipo de negócio, atendendo que nem sempre é possível enquadrar nas regras gerais do código civil.

7.1 Conceito

A LDC, no art.º 15/5, reconhece a existência de contratos fora do estabelecimento comercial, mas não define. Por outro lado, a LAC, no artigo 4º/44 considera os contratos celebrados fora do estabelecimento comercial como venda especial (art.º 4º/44 LAC). Pode definir-se como sendo o contrato celebrado na presença simultânea de ambos (fornecedor/consumidor), mas fora do estabelecimento comercial do fornecedor⁸⁸

Tendo em conta o conceito de contrato celebrado fora de estabelecimento comercial e o pensamento de Luís Menezes Leitão, acima expostos, podemos inferir que são todos aqueles contratos que se celebram por iniciativa do fornecedor na presença de ambos os contraentes, desde que não seja dentro de um estabelecimento comercial.

7.2 Âmbito

O regime aplica-se aos contratos de compra e venda, prestação de serviços ou locação em qualquer destas situações nas quais o fornecedor vai ao encontro do consumidor. Alguns exemplos de locais nos quais estes contratos podem ser celebrados: residência do consumidor, local de trabalho, via pública, nos transportes públicos, restaurantes, recintos desportivos.

Importa referir que estes contratos obedecem ao requisito de forma quando a lei o impuser, sob pena de nulidade nos termos do artigo 220º cc, afastando assim o princípio da liberdade contratual, (art.º 219 cc), sendo uma nulidade invocável por qualquer uma das partes ou do conhecimento oficioso do tribunal (art.º 286º CC).

⁸⁷ LEITÃO, Luís Menezes, “A protecção do Consumidor contra práticas comerciais desleais e agressivas”, 2003, p. 169

⁸⁸ Artigo 4º/20 da LAC, “Estabelecimento Comercial, é instalação de carácter físico e permanente, destinada ao exercício regular da actividade comercial, contínua em dias ou ocasiões determinadas, assim como quaisquer outros recintos que, com a mesma finalidade recebam aquela classificação em virtude de disposições legais ou regulamentares, sempre de carácter de imóvel nos termos do nº do artigo 204 do código civil.”

Segundo Jorge Morais Carvalho, no ordenamento jurídico português, para melhor protecção do consumidor esta nulidade é atípica porque só pode ser invocada pelo consumidor ou declarada oficiosamente pelo tribunal e não pelo fornecedor.⁸⁹.

7.3 Modalidades

Em Angola existem três (3) classes que praticam a actividade económica que visa a obtenção de lucros: o Estado, os profissionais e os agentes do sector informal. Em virtude desta última classe foram surgindo alguns agentes comerciais do mercado informal, como “as Quinguilas”, “as Zungueiras”, “as quitandeiras”, etc. provocando assim a existência de algumas modalidades de contratação fora do estabelecimento comercial.

Perante um mercado precário cada vez mais acentuado, o legislador angolano teve que se adaptar ao contexto social e económico, criando dispositivos legais⁹⁰ tais como:

O Decreto n° 29, de Julho de 2000, primeira tentativa de controlar os agentes do mercado informal;

O Decreto Executivo n° 43/00, de Junho Sobre o Exercício das Actividades de Comércio Precário (Ministério do Comércio), que confina os agentes a pessoas colectivas para evitar exercer actividades de consumo no mercado informal (art.º 2º do Decreto acima referido);

A criação de condições higiénico-sanitárias (artº 4º e 5º da LDC), institucionalizar regras técnico-comerciais no sector informal, o pedido de licença para o exercício da actividade (art.º 7º da LDC).

Em suma pretendia-se com isso retirar o agente do mercado informal para o mercado formal. Por esta razão, o legislador angolano viu-se forçado a introduzir o agente ambulante na Lei das actividades comerciais (Lei n° 1/07, de 14 de Maio, DR n° 58, I Série).

7.3.1 Venda Ambulante

Em Angola, do ponto vista comercial, existem dois (2) mercados⁹¹: mercado permanente e ambulante, este último que iremos analisar a seguir:

Os Ambulantes são agentes sem estabelecimento comercial que realizam a sua actividade percorrendo toda a cidade à procura do consumidor.

⁸⁹ CARVALHO, Jorge Morais. PINTO FERREIRA, João Pedro, *Contratos à...*, Cit., pp. 86-86

⁹⁰ RODRIGUES, Raul Carlos Freitas *o consumidor no...*, Cit., pp 88-89

⁹¹ Decreto Executivo n° 45/00, de 2 de Julho, do Ministério do Comercio (DR n° 22, Série e regulamento em apêndice)

O legislador angolano olhando para um país que vive ainda muito à custa do mercado informal, tendo em conta a saúde, para maior protecção do consumidor e para o bem-estar e vida da população, enquadrou a figura do vendedor Ambulante no leque das vendas especiais (art.º 14º LAC). A venda ambulante é a “actividade comercial a retalho de forma não sedentária nos locais por onde passa ou em zonas que lhe sejam previamente destinadas pela entidade competente”(art.º 4/50 LAC).

Esta redacção (“actividade comercial a retalho de forma não sedentária nos locais por onde passa”) pode não ser muito feliz na medida em que de um lado incentiva a venda ambulante em qualquer local excepto no estabelecimento comercial e, por outro lado, limita o agente Ambulante às “zonas que lhe sejam previamente destinadas pela entidade competente”.

Talvez o sensato seria o comércio ambulante ser toda a actividade comercial a retalho de forma não sedentária nos locais por onde passa desde que sejam zonas previamente destinadas pela entidade competente. Evitando assim a proliferação de vendedores ambulantes⁹², tirando proveito do consumidor apressado e precipitado face à escassez de oferta no estabelecimento comercial.

Tomamos o seguinte exemplo: o consumidor é interceptado na via pública e convidado a entrar no estabelecimento comercial, sendo ali confrontado com demonstrações de algum produto. Estamos ou não perante venda ambulante? Não, porque apesar de à letra da Lei o artigo 4º/50 da LAC não estar tão claro, no caso em concreto o agente Ambulante não pode ter estabelecimento comercial e não é sedentário à luz do art.º 3º/2 DR nº 22, I Série do Decreto acima referido.

Para o exercício da actividade comercial ambulante, o legislador angolano coloca as seguintes limitações: Importa ainda referir que o legislador limita a prática desta venda a pessoas físicas sem conexão a terceiro, embora na nossa realidade não se consiga controlar a actividade comercial dos chamados intermediários, proíbe à venda a grosso, estabelece técnicas de comunicação para disciplinar a sua funcionalidade e define procedimentos para acautelar a segurança e a saúde pública.

Importa salientar que já em 31/12/2000 existiam 31.3738 agentes económicos no mercado informal de bens alimentares, industriais, mistos e de prestação de serviços no país⁹³, sendo dos grandes problemas da actividade comercial em Angola, uma vez que os produtos destes agentes colocados no mercado não oferecem garantias de saúde e segurança ao consumidor final, sobretudo porque apresentam aspectos que lesam os direitos do consumidor, tais como os prazos de consumo vencidos, composição e qualidade

⁹² <http://www.portalangop.co.ao/angola/pt>, Consultado 25/11/2015 as 10 horas, O Executivo angolano tem envidado esforço para retirar os vendedores Ambulantes das vias públicas.

⁹³ Dados retirados da revista “ABC Comercial”, Direção Nacional do Comercio interno, Ano II, nº 4, Setembro 2001, p.21

duvidosa, venda de bens sem rótulos ou em língua estrangeira, falta de unidade de medição, margem de lucros excessivas e muitas vezes com deficiências para o consumo⁹⁴

A solução passa por transformar estas pequenas unidades de distribuição em micro empresa, facilitando o controlo qualitativo e quantitativo dos seus produtos e consequente aplicação da Lei especial.

7.3.2 Venda ao Domicílio

A LAC, no artigo 4º/41, define venda ao domicílio: “é aquela que consiste na prestação de serviço e ou entrega dos bens adquiridos, no domicílio do consumidor ou potencial comprador pelo vendedor”. Está em causa a deslocação do fornecedor ao domicílio do consumidor ou um local equiparado⁹⁵, uma vez que o conceito de domicílio pode ser interpretado em sentido amplo e não se limita à noção do art.º 82º do CC, ou seja, inclui os casos em que o fornecedor vai ao encontro do consumidor independentemente do local onde se encontra desde que seja um local frequentado habitualmente por este.

Deste modo, entendemos equiparados aos domicílios os seguintes locais: casa de um amigo ou de um familiar, no hotel em que se encontre hospedado por alguns dias⁹⁶ e de uma maneira geral, em locais em que o consumidor se sujeita à pressão comercial. No entanto, é discutível que o conceito de contrato celebrado ao domicílio inclua contratos celebrados num restaurante ou na via pública, dada a maior ligação ao exterior nestes últimos. Atenção ficam de fora os serviços fornecidos pelo próprio hotel, uma vez que nestes casos considera-se que o consumidor se encontra no estabelecimento comercial.⁹⁷

Esta modalidade de contratação fora do estabelecimento em comparação com a venda ambulante pode ser menos pressionante, na medida em que podemos não abrir a porta ou mesmo ignorar a proposta contratual.

7.3.3 Venda ocasional

De acordo com o art.º 4º/46 da LAC, venda ocasional “é aquela que se realiza por um período inferior a um mês, com ou sem leilão, em estabelecimento ou locais que não estejam destinados habitualmente à actividade comercial”.

⁹⁴ Cf. RODRIGUES, Raul Carlos Freitas, *O Consumidor no..., ob cit.*, p 95

⁹⁵ CARVALHO, Jorge Morais. PINTO FERREIRA, João Pedro, *Contratos à..., Cit.*, p. 40-41

⁹⁶ CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de..., Cit.*, p. 136

⁹⁷ *Ibidem Idem*

No ordenamento jurídico português, esta figura assemelha-se às vendas especiais esporádicas⁹⁸: “considera-se vendas especiais esporádicas as realizadas de forma ocasional fora do estabelecimento comercial, em instalações ou espaços privados especialmente contratados ou disponibilizados para este efeito.”

Entendemos que a criação desta modalidade se deve ao facto de o Estado angolano adoptar medidas de integração do mercado informal no mercado formal com objectivo de capitalizar recursos para a economia, bem como protecção do consumidor face ao mercado paralelo.

7.3.4 Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial

Quanto ao direito de arrependimento nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, o legislador angolano dá ao mesmo a protecção contratual dos contratos celebrados à distância (art.º 15/5 da LDC), como também os enquadra no conjunto de vendas especiais. (art.º 4º/44 da LAC). Importa referir que o regime é o mesmo, já que a Lei também se refere aos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.

O grande problema nos contratos celebrados fora de estabelecimento comercial prende-se com a pressão a que o consumidor está submetido pelo fornecedor. Assim, a circunstância de o consumidor ter entrado em contacto com o bem não lhe retira o direito de arrependimento por motivos de não dispor de tempo suficiente para analisar convenientemente os bens ou serviços.

Não sendo o cerne da nossa abordagem, limitamo-nos a tecer essas considerações, meramente gerais, no que diz respeito ao Direito de arrependimento nos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial.

8. Crítica ao artigo 15 nº5 da Lei de Defesa do Consumidor Angolano

Constatámos que o artigo 15/5 da LDC não é suficiente para regular o exercício do Direito de arrependimento no ordenamento jurídico angolano. por não apresentar restrições ao Direito de arrependimento. A sua ausência pode provocar um uso abusivo e vulgarizar o Direito de arrependimento, pelo facto de o legislador não explicitar em que situação não se pode invocar o Direito de arrependimento.

A título de exemplo, o consumidor ao adquirir um jornal ou uma revista por via da Internet, entenda-se, contrato à distância, passando um período de tempo de 6 dias a partir do dia da sua aquisição pode

⁹⁸ Artigo 25º DL 24/2014

recorrer ao Direito de arrependimento para a devolução do jornal ou da revista, sendo um direito que lhe assiste por não haver restrições no artigo 15/5 da LDC.

Ao contrário da Legislação de Portugal em que a Lei é clara quanto ao requisito de forma para o exercício do direito de arrependimento ao referir de “forma livre” de acordo com o artigo 11º do DL 24/2014. A lei angolana mais uma vez é omissa quanto à forma do exercício do direito de arrependimento.

A Lei não se refere às despesas de devolução dos produtos, no caso do exercício do Direito de arrependimento, assim como o respectivo prazo. Diante dessa omissão recorre-se, mais uma vez, às cláusulas dos contratos e ao Código Civil.

Assim, perante a insuficiência da norma prevalece o bom senso por parte de alguns consumidores e noutras situações não.

Finalmente, a Lei não obriga o fornecedor a informar de modo expresso o consumidor da existência da figura do Direito de arrependimento.

Contrariamente à Lei de Portugal que prevê que o fornecedor deverá informar o consumidor de forma expressa sobre a existência do direito de arrependimento.⁹⁹ Deduz-se que a ausência de uma Lei específica acarreta muitos problemas relativamente ao exercício do Direito de arrependimento, pondo em causa a protecção do consumidor.

⁹⁹ Art.º 4º/ als. J), l), e n) do Decreto-lei 24/2014

9. Entidade Legitimadas para a Defesa do Consumidor

Com a criação da Lei de defesa do consumidor angolano, foi possível determinar quais seriam as pessoas e entidades legitimadas para propor acções colectivas

De acordo com o artigo 28º da referida Lei, têm legitimidade activa em Juízo os seguintes entes legalmente determinados:

1. Os consumidores directamente lesados;
2. As associações de consumidores legalmente constituídas há pelo menos um ano;
3. O Ministério Público;
4. O Instituto Nacional de defesa do consumidor, quando estejam em causa interesses individuais homogéneos, colectivos e difusos.

9.1 Ministério público

O Ministério Público é o órgão a quem compete representar o Estado, defender a legalidade, a democracia e os interesses que emanam da Lei, promover o processo penal e exercer a acção penal nos termos da Lei, de acordo com o artigo 189º da CRA. No entanto, o MP, de entre várias funções, tem legitimidade para proteger, neste caso, os interesses difusos ou colectivos do consumidor final (art.º 34º LDC).

Importa ainda salientar que nas situações de desistência imotivada ou abandono da acção por parte de associação, o Ministério Público passa a actuar como autor, o quer pode suceder com outros legitimados.¹⁰⁰

O Ministério Público no âmbito poderá intentar acções para obter nulidade de determinadas cláusulas contratuais desvantajosas ou mesmo abusivas em relação ao consumidor (art.º 19º/c) das LCCG), sobretudo nos contratos elaborados unilateralmente (como por exemplo os contratos de adesão de acordo com o art.º 19 do LDC) que às vezes elencam disposições que põem em causa os interesses do consumidor, parte menos protegida nesta relação de consumo.

9.2 As Associações de Consumidores

As associações dos consumidores são pessoas jurídicas com personalidade jurídica, sem fins lucrativos, cujo objectivo principal consiste na protecção dos direitos e interesses dos consumidores em geral

¹⁰⁰ ALMEIDA, João Batista de. *A Protecção Jurídica do...*, Cit., p. 150.

ou, em particular, o interesse dos seus associados consumidores, de acordo com o estabelecido no art.º 31º LDC. Estas podem ser de âmbito nacional ou local, de acordo com a área da sua acção (art.º 31º/1/2 da LDC e art.º da Lei das Associações). Deste modo, os seus objectivos incidem na defesa extracontratual e em juízo dos direitos dos seus associados, assim como dos consumidores no geral (art.º 31º/3 da LDC).

As associações de defesa dos consumidores desenvolvem actividades de esclarecimento ao público, como regulação de preço e pesquisa de mercado, mas também praticam acções de carácter preventivo e repressivo. Como vimos no artigo 32º al. b), c), d) e e) com vista a salvaguardar a saúde e o bem estar social dos consumidores junto das autoridades administrativas ou judiciais competentes em matéria de consumo bem como:

solicitar que sejam apreendidos e retirados do mercado determinados bens e serviços ou mesmo a interdição da comercialização de certos bens e serviços no mercado, em virtude do seu potencial lesivo dos direitos e interesses dos consumidores; ainda solicitar que sejam retiradas do mercado mensagens publicitárias enganosas ou abusivas; bem como, também que sejam prestados esclarecimentos sobre a formação dos preços e serviços. Os programas elaborados pelas associações de defesa do consumidor carecem de aprovação do Estado, representado pelo INADEC¹⁰¹, bem como de apoio para a referida implementação.

Importa referir que as associações acima indicadas podem negociar com os profissionais ou organizações, pautando pela boa conduta, facilitando assim a busca de consensos através de diálogo com instituições congéneres de fornecedores ou sindicatos ligados à relação de consumo (art.º 33º do LDC), como também prestar aconselhamento ao consumidor final, do ponto de vista comportamental no mercado consumista em relação à utilização das novas técnicas de aquisição de bens e serviços.

Por outro lado, a participação associativista consumista em tribunal está automaticamente isenta de custos judiciais¹⁰², além dos benefícios fiscais ocorrentes de associações filantrópicas

Em Angola, existe apenas uma associação de defesa do consumidor, a AADIC, e tem abrangência a nível nacional. De acordo com o art.º 2º do Estatuto, a AADIC tem como objecto da sua actividade a intermediação de conflitos entre consumidores e fornecedores e informar as comunidades.

O art.º 7º do Estatuto da AADIC refere-se à necessidade de elaboração de programas de âmbito educativo, formativo e de sensibilização em relação a algumas práticas comerciais lesivas ao consumidor, ainda assim é incipiente atendendo à dimensão geográfica do território nacional.

¹⁰¹ Cfr Artº 3º do Decreto nº 9/03, de 3 de Março.

¹⁰² RODRIGUES, Raul Carlos Freitas *o consumidor no...*, *Cit.*, p. 165

Apesar dos esforços que empreende em conjunto com o INADEC, a AADIC não consegue controlar as situações litigiosas no âmbito do consumo, com o agravante de cerca de 70% da comercialização realizar-se em mercados informais por agentes comerciais, em que o risco da qualidade dos produtos é elevado face à fraca fiscalização.

9.3 O Instituto Nacional de Defesa do Consumidor (INADEC)

Trata-se de um órgão público com autonomia administrativa¹⁰³ que tem a legitimidade para a tutela dos interesses colectivos e difusos do consumidor [art.º 35º/2 a) da LDC].

Compete ao INADEC, enquanto órgão da administração pública, promover políticas de salvaguarda dos direitos de consumidor como, por exemplo, criar e dinamizar centros de arbitragem para a resolução de litígios de consumo (art.º 27º da LDC). E também, por outro lado, mecanismos protectores consumistas simplificados, gravitando sempre em torno dos interesses do consumidor. No entanto de acordo com o art.º 28 al. d) o INADEC tem legitimidade, “quando estejam em causa interesses individuais homogéneos, colectivos ou difusos”.

A grande questão deve-se ao facto da Lei de defesa do consumidor não oferecer o conceito de que deve entender de direitos ou interesses individuais homogéneos, colectivos ou difusos. Para a resposta a questão, fazemos recurso a autores portugueses: Segundo Miguel Teixeira de Sousa¹⁰⁴ “os interesses difusos pertencem a todos e a cada um dos membros de grupo, mas não podem ser apropriados por cada um individualmente, uma vez que os bens jurídicos em causa, sobretudo a saúde pública, património cultural, o meio ambiente, o consumo ou a qualidade de vida constituem direito de todos e não podem ser exclusivos de nenhum sujeito”. O INADEC tem como principal vector o mecanismo de antecipação dogmática de litígios consumistas.

É importante frisar que as medidas preventivas do INADEC que visam combater as práticas lesivas ao consumidor são: desenvolver matéria educativa e informativa para o consumidor e encontrar solução no nosso ordenamento jurídico em situações onde houver lacunas na Lei.

- Desenvolver matéria educativa e informativa para o consumidor

A Lei confere ao INADEC em matéria de protecção de consumidor enquanto órgão de administração pública as seguintes atribuições: criar centros de arbitragem para a resolução de conflitos como decorre do art.º 27 da LDC, enquanto mecanismos integrados no sistema de protecção, com procedimentos

¹⁰³ Cfr. Decreto do Concelho de Ministro nº 5/03, de 3 de Março, DR nº 17

¹⁰⁴ SOUSA, Miguel Teixeira de, A Legitimidade popular na Tutela dos interesses Difusos, Lex, Lisboa, 2003, p. 132

simplificados com vista a composição extra-judicial de litígios havidos sobre questões de menor importância, sem descurar de dar resposta a todos os interesses dos consumidores. Estas atribuições concretizam-se através do mecanismo de tutela antecipada, ou seja, mediante previsão de práticas que possam pôr em causa os interesses inerentes ao consumidor. Sendo assim, o INADEC pode adoptar medidas cautelares de cessação, suspensão, ou ainda interdição de fornecimento de bens ou serviços [artº. 35/1 al. b)].

- Encontrar solução no nosso ordenamento jurídico em situações onde houver lacunas na lei.

Esta medida se concretiza quando INADEC realizar estudos através de pesquisas, inquéritos para aferir informações concretas (sobre segurança, saúde e ambiente) da sociedade de consumo e retirar conclusões que devem ser comunicadas. É uma forma de absorver o potencial crítico da sociedade¹⁰⁵ e, desta forma, tentar minimizar as relações jurídicas controvertidas de consumo.

O INADEC é um instituto vocacionado para a protecção do consumidor em Angola, tendo por obrigação criar as condições técnicas, humanas e de outra índole que tenham como consequência a protecção dos consumidores angolanos.

¹⁰⁵ RODRIGUES, RAUL CARLOS FREITAS *o consumidor no...*, Cit.p. 166

10. Conclusão

O nosso objectivo com a elaboração desta dissertação foi o de estudar a protecção do consumidor em Angola e propor a criação de uma Lei especial que proteja os contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial, bem como analisar as implicações do exercício do direito perante a inexistência de um diploma que regule estes contratos.

Em primeiro lugar, constatámos que a defesa do consumidor em Angola teve um grande impulso no ano 2003 com a aprovação e publicação das Cláusulas Gerais dos Contratos (Lei Nº 4/03 de 18 de Fevereiro) e quatro (4) meses depois houve aprovação e publicação da Lei de Defesa do Consumidor (Lei Nº 15/03 de 22 de Julho), que possibilitou a alteração do procedimento de responsabilização civil na relação do consumo que, até à altura, era baseada apenas no Código Civil, que vergava pela responsabilidade contratual, negocial ou obrigacional, regime este que pauta pela responsabilidade subjectiva, apesar de estar assente no princípio da liberdade contratual e igualdade das partes, que na prática protegia os mais fortes (fornecedores). Todas essas leis, posteriormente foram reforçadas na Constituição de Angola de 2010 como Direitos, Liberdade e Garantias Fundamentais (artº. 41 da CRA).

Em segundo lugar, concluímos que as modalidades dos contratos à distância e fora do Estabelecimento Comercial estão dispersos na Lei das Actividades Comerciais, e há necessidade imperiosa de condensá-los num único Diploma legal, de maneira a salvaguardar os interesses dos consumidores, sobretudo pelo facto da inexistência de uma Lei especial para a protecção de consumidores nestes contratos. Por outro lado, a existência de uma Lei especial pode permitir estabelecer forma para o exercício de direito de arrendimento; a resolução quanto à discussão relativa às despesas da devolução dos produtos ao fornecedor se deverá ser da responsabilidade do consumidor ou do comerciante. E, por último, restringir o exercício do direito de arrendimento, e também que o fornecedor preste de maneira expressa as informações sobre a existência do direito de arrendimento.

Em terceiro lugar, abordámos a questão das entidades legitimadas para a defesa do consumidor em que inferimos que existem do ponto de vista legal três sujeitos processuais para agirem em defesa do consumidor: Ministério Público, Instituto Nacional de Defesa do consumidor e as Associações de Defesa de consumidores. Em relação ao Ministério Público, inferimos que apesar de a Lei lhe conferir legitimidade de agir em nome e no interesse do consumidor não há, até ao momento, dados que revelem a actuação do Ministério Público em defesa dos interesses do consumidor.

O instituto nacional de defesa de consumidor tem feito um trabalho ainda incipiente, porque verificamos que a informação, a educação e o apoio às Associações dos consumidores não tem sido ainda muito abrangente.

O que se pode ilustrar com a existência apenas de uma única associação dos consumidores que é a AADIC com instalações Luanda.

11. Bibliografia.

ALMEIDA, Carlos Ferreira de, - *Direito do Consumo*, Coimbra 2005

- *Contratos I, Almedina, Coimbra, 2005*

- *Direito do Consumo, Programa, Conteúdo e Método da Disciplina*, 2004 p. 115

- *Direitos do Consumidor, Almedina, Coimbra 1982*

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

ALMEIDA, João Batista De, *A Protecção Jurídica do Consumidor*, Perspectivas Nacional e Comunitária, Almedina 2009

ANDRADE, José Viera De, *O serviço de Televisão na Ordem Jurídica Portuguesa*, actas do Congresso Internacional Organizado pelo Instituto Jurídico da Comunicação da FDUC, Coimbra 1996

BARBIERI, Diovana, *Protecção do Consumidor no Comércio Electrónico, Estudos Comparado à Luz do Ordenamento Jurídicos Brasileiro e português*, Editorial Jurúa 2013

BELMONTE, Cláudio Petrini, *A Redução do Negócio Jurídico e a Protecção dos Consumidores – Uma Perspectiva Luso- Brasileira*, Coimbra Editora, 2003

BRITO, Rodrigues Brito, *Deveres de Informação à Distancia e ao Domicílio*, Estudos de Direito do Consumidor, Nº 7 Coimbra, Ano 2005

- *Tratado de Direito civil Português – Parte Geral*, Tomo I, p. 202

CANUT, Letícia, *Protecção do consumidor no Comércio Electrónico, Uma Questão de Inteligência que Ultrapassa o Direito Tradicional*, 1ª Ed. Curitiba Juruá Editora 2011

CARVALHO, JORGE MORAIS, *Manual de Direito do Consumo*, 2014, p. 111 e 112

- *Comercio Electrónico e Protecção do Consumidor Themis* ano VII, 2006: 41-62

CARVALHO, Jorge Morais. PINTO FERREIRA, João Pedro, *Contratos à distância e fora do Estabelecimento Comercial*, 2014, p. 40-41

CORDEIRO, António Menezes, «*Da Natureza Civil Do Direito de consumo*»: in *O Direito* nº 136º IV, 2004 pp. 605-640

CORREIA, Miguel Pupo, *Contratos a Distancia: Uma fase na Evolução da defesa do consumidor na Sociedade da Informação?* Estudos de Direito do Consumidor, Nº 4 Coimbra, Ano 2002

DUARTE, Rui Pinto, *Tipicidade e atipicidade dos contratos*, Almedina, Coimbra, 2000, pp. 71 a 79

EFING, António Carlos, *Fundamentos do Direito Brasileiro das relações de Consumo, Consumo, Desenvolvimento e Sustentabilidade*, 3ª Ed. Editorial Juruá, 2012

FERNANDES, Orlando, *O Dever de Informação na Lei Angolana Sobre as cláusulas contratuais Gerais*, Tese de mestrado apresentado na faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, 2004.

FERREIRA, Alexandre Libório Dias, *Comercio Electrónico Na Sociedade de Informação: Da segurança Técnica À Confiança Jurídica*, Almedina, 1999 p. 114

FROTA, Ângela, *Dos Contratos de Consumo Especial*, Colectania de Legislação 2ª Coimbra Editora, 2000

FROTA, Mário, *Política de Consumidores na União Europeia, o Acervo do Direito Europeu do Consumo*, Almedina, 2003

GOMES, Carla Amado, *O Direito à Privacidade do Consumidor A Propósito da Lei 6/99, de 27 de Janeiro, Separata da revista do Ministério Público Nº 77* Editora Minerva, 1999

GOMES, Núria Carla Ramires Cebola, *Contratos Celebrados à Distancia e a Protecção do Consumidor*, Relatório de Direito Civil II FDUL, 2005

JOSÉ, Quartin Graça, BETTENCOURT, Margarida Almada, *O Regime Jurídico da Publicidade nos Estados- Membros da União Europeia*, Instituto do Consumidor, 2003

LARCHER, Sara, *Contratos celebrados Através da Internet: Contra Vicio na Compra e Venda de Bens e Consumo Vol. II*, Almedina Ano 2005, p. 142-150

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

- *Direito das Obrigações, Transmissão e Extinção da Obrigação, Não Comprimento e Garantias do crédito*, Vol. II, 2º Ed., Almedina, Coimbra, 2010

- *Direito das Obrigações, Transmissão e Extinção da Obrigação, Não Comprimento e Garantias do crédito*, Vol. II, 2º Ed., Almedina, Coimbra, 2003

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

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

LEITÃO, Adelaide Menezes, *Publicidade no Anteprojecto do Código do Consumidor*, Estudos do Instituto de Direito do Consumo Vol. III Almedina, 2006

LEITÃO, Alexandra, *A Protecção dos Consumidores No Sector das Telecomunicações*, Estudos do Instituto de Direito do Consumo Vol. I Almedina, 2002

Liz, José Pegado, *Introdução ao Direito e a política do Consumo*, Notícia Editorial, Lisboa, 1999

KHOURI, Paulo R: Roque A. *Direito do consumidor, contratos Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo*, 6º ed. São Paulo Editora Atlas S.A, 2013

MACHADO, João Baptista, *Introdução ao Direito e ao Discurso Legitimador*, Almedina, Coimbra, 2002 (reimpressão da edição de 1987), pp. 110 e 111

MARTINEZ, Pedro Romano, *Celebração de Contratos a Distancia e o Novo Regime do contrato de Seguro*, revista da FDUL, Coimbra editora 2011

MATOS, Karla Cristina da Costa e Silva, o Valor Economico da informação nas Relações de Consumo, Almedina, Ano 2012

MONTEIRO, António Pinto, «*A Contratação em Massa e a Protecção do Consumidor Numa Economia Globalizada*»: *Legislação: in Revista de Legislação e Jurisprudência*, nº 39 , 3961, Ano 2010, pp. 293-235

MORAIS, Fernando de Gravato, *Contrato de Credito ao Consumo*, Almedina, 2007

OLIVEIRA, Arnaldo, Filipe, *Contratos Negociado à Distancia – Alguns Problemas Relativos Ao Regime de Protecção dos Consumidores, Solicitação e o Consentimento em Especial – Separata da Associação Portuguesa do Consumo*, RPDC 1996

OLIVEIRA, Fernando Baptista DE, *O Conceito de Consumidor*, 2009, p. 77

PINTO, Paulo Mota, *Princípios Relativos Aos Deveres de Informação*, Estudos do Direito do Consumidor, Nº 5, Coimbra, Ano 2003

- *Notas Sobre a Lei Nº 6/99, de 27 de Janeiro – Publicidade Domiciliaria, Por Telefone e Por Telecópia*, Estudos do direito do Consumidor, Nº 1 Coimbra, 1999

PEREIRA, Alexandre Dias, *Comercio Electrónico e Consumidor*, Estudos do Direito do Consumidor, Nº 6, Coimbra Ano 2004

- A Protecção do consumidor No Quadro da Directiva Sobre o Comércio electrónico, Estudos do Direito do Consumo Nº 2 , Coimbra Ano 2000

PINTO, Paulo Mota, *Declaração tácita e comportamento* Concludente do negocio, Almedina, Coimbra 1995 p. 158

SILVA, Delminda de Assunção Costa , *In Estudos de Direito do consumidor*, Ano 2003

SILVA, João Calvão Da, *Vendas de Bens e Consumo*, Decreto-lei nº 67/2003, de 8 de Abril (alterado Decreto Lei 84/2008, de 21 de Maio) Directiva 1999/44/CE Ed. Almedina

SOUSA, José Nogueira Teixeira de, *o Direito de Arrependimento nos Contratos à Distancia e Fora do estabelecimento*, UNL tese defendida Fevereiro de 2015

SOUSA, Miguel Teixeira de, *A Legitimidade popular na Tutela dos interesses Difusos*, Lex, Lisboa, 2003, p. 132

Legislação angolana

Constituição da República de Angola, Ano 2010

Código Civil Angolano

Cláusulas Contratuais Gerais

Decreto nº 9/03 (Estatuto Orgânico do Instituto de defesa do Consumidor)

Decreto Executivo nº 33/00, de 25 de Maio (Regulamento Sobre a fixação de preços em estabelecimento Comercial

Decreto Presidencial n.º 225/11 de 15 de Agosto (Regulamento Geral das Comunicações Electrónicas

Lei nº 15/03, de 22 de Julho (Lei da defesa do Consumidor)

Lei 14/03, de 18 de Fevereiro (Lei das Cláusulas Contratuais Gerais)

Lei nº 1/07, de 14 de Maio (Lei da Actividades Comercias)

Lei nº 9/09, de 30 de Julho (Lei da Publicidade

Lei nº 14-A/96, de 31 de Maio (Lei Geral da Electricidade)

Legislação portuguesa

Constituição da República Portuguesa

Decreto Lei 290-A/99, de 2 de Agosto

Decreto Lei 143/2001, de 26 de Abril

Decreto Lei 67/2003

Decreto Lei 24/2014, de 14 de Fevereiro (Contratos Celebrados à distância e Fora do Estabelecimento comercial)

DL nº 7/2004, de 07 de Janeiro

DL nº 330/90 de 23 de Outubro, alterado pela última vez pela Lei nº 8/2011 de Abril

Legislação brasileira

Constituição da República Federal do Brasil de 1988

Lei 8.078/90 (CDC)

Novo Código Civil, Lei nº 10.406, de 10.01.2002 - DOU 1 de 11.01.2002

12. Índice

1. Introdução.....	8
2. Retrospectiva histórica do direito do consumo.....	11
3. Conceito de consumidor em geral	13
3.1 Conceito de Consumidor no Ordenamento Jurídico Angolano	15
3.2 O consumidor face à Constituição Angolana.....	16
4. A protecção do consumidor em Angola	17
4.1 A informação ao consumidor em Angola	18
5. Os contratos celebrados à distância	19
5.1 Conceito de contrato celebrado à distância	19
5.2 Âmbito de Aplicação.....	21
5.3 Modalidades de contratos celebrados à distância.....	22
5.3.1 Venda por correspondência postal.....	22
5.3.2 Venda Celebrada por Telefone	23
5.3.3 Televenda.....	24
5.3.4 Venda Celebrada por Internet	25
5.4 Elementos específicos dos contratos à distância.....	26
5.5 Direito à informação pré-contratual	26
5.6 Principais características da informação pré-contratual.....	27
5.7 Forma e formação do contrato	29
6. Direito ao arrependimento	31
6.1 Pré-requisitos do Direito do Arrependimento	31
6.2 Conceito de Direito de Arrependimento	32
6.3 Fonte.....	33
6.4 Prazo.....	33
6.5 Preço.....	34
6.6 A unilateralidade	34
6.7 Ausência de fundamento	34
6.8 O exercício do direito.....	35
6.9 Efeitos do exercício do direito	36
6.9.1 O dever de reembolso do valor pago	36
6.9.2 Dever do consumidor de devolver o bem	37
6.10 Abuso do Direito no direito de Arrependimento.....	37

7. Contratos Celebrados fora do Estabelecimento Comercial	39
7.1 Conceito	39
7.2 Âmbito.....	39
7.3 Modalidades	40
7.3.1 Venda Ambulante	40
7.3.2 Venda ao Domicílio	42
7.3.3 Venda ocasional.....	42
7.3.4 Direito de Arrependimento nos Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial.....	43
8. Crítica ao artigo 15 nº5 da Lei de Defesa do Consumidor Angolano	43
9. Entidade Legitimadas para a Defesa do Consumidor.....	45
9.1 Ministério público	45
9.2 As Associações de Consumidores.....	45
9.3 O Instituto Nacional de Defesa do Consumidor (INADEC).....	47
10. Conclusão	49
11. Bibliografia	51
12. Índice	56
13. Anexo	568

13. Anexo



ASSEMBLEIA NACIONAL

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 mercadorias, 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 pode ser confiada 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)** subtraíam 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)** J) determinem a utilização compulsória de arbitragem;
- g)** imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor;



- h)** deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor;
- i)** permitam ao fornecedor, directa ou indirectamente, variação do preço de maneira unilateral;
- j)** autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor;
- k)** autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração;
- l)** infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais e de standardização;
- m)** 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 23.º (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 requeiram, 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.