

Os contratos eletrónicos B2C

B2C electronic contracts

José Engrácia Antunes

Professor da Escola de Direito da Universidade Católica Portuguesa — Porto

Rua Diogo Botelho, 1327, 4165 Porto, Portugal

jantunes@porto.ucp.pt

<https://orcid.org/0000-0002-6116-0054>

Outubro de 2023

RESUMO: Os contratos eletrónicos B2C (“business-to-consumer”) são uma das projeções jurídicas fundamentais do comércio eletrónico (“e-commerce”): a contratação eletrónica funciona 24 horas por dia, 7 dias por semana, e 365 dias por ano, representando em 2023 um volume de negócios global superior a 2 triliões de dólares em todo o mundo e de 700 biliões de euros na Europa. A sua importância também chegou a Portugal: no ano de 2022, 43% dos consumidores portugueses realizaram compras em linha e 18% das empresas portuguesas receberam encomendas em linha. Esta centralidade dos contratos eletrónicos B2C tem-nos tornado, crescentemente, num novo paradigma dos contratos de consumo. O presente estudo constitui uma primeira reflexão sobre o regime jurídico deste contrato consumerista, passando sucessivamente em revista as respetivas fontes, requisitos, negociação, formação, confirmação, forma e prova, e extinção, bem assim como outros aspetos (em particular, a contratação no âmbito de plataformas eletrónicas).

PALAVRAS-CHAVE: Comércio eletrónico; contratos eletrónicos; contratação eletrónica; contratos de consumo; “Business-to-Consumer”; plataformas digitais.

ABSTRACT: B2C electronic contracts are one of the most relevant outcomes of e-commerce: e-contracting between businesses and consumers operates 24 hours a day, 7 days a week, and 365 days a year, currently representing a global turnover of more than \$2 trillion worldwide and €700 billion in Europe. Its importance has also reached Portugal: in 2022, 43% of Portuguese consumers made online purchases and 18% of Portuguese companies received online orders. This centrality of B2C electronic contracts has increasingly made them a new paradigm of consumer contracts. This paper provides an introductory study on the juridical regime of this consumer contract, successively reviewing its legal sources, requirements, negotiation, formation, confirmation, form and proof, and extinction, as well as other aspects (in particular, contracting within the scope of electronic platforms).

KEY WORDS: E-commerce; Electronic Contracts; Electronic Procurement; Consumer Contracts; “Business-to-Consumer”; Digital Platforms.

SUMÁRIO:

1. Aspetos gerais
 - 1.1. Noção preliminar
 - 1.2. Relevo
 - 1.3. Vantagens
 - 1.4. Riscos
2. Fontes
 - 2.1. Fontes nacionais
 - 2.2. Fontes europeias
 - 2.3. Fontes internacionais
 - 2.4. Outras
3. Requisitos subjetivos
 - 3.1. Empresário
 - 3.2. Consumidor
4. Requisitos objetivos
 - 4.1. Via eletrónica
 - 4.2. Outras características
5. Negociação
 - 5.1. O relevo da informação pré-contratual
 - 5.2. Elementos informativos gerais
 - 5.3. Elementos informativos específicos
 - 5.4. Prestação da informação
 - 5.5. Outros deveres informativos
6. Formação
 - 6.1. Regime formativo geral
 - 6.2. Oferta em linha
 - 6.3. Ordem de encomenda
 - 6.4. Aviso de receção
 - 6.5. Confirmação da encomenda
 - 6.6. Confirmação do contrato

- 7. Extinção
 - 7.1. O direito de desistência
 - 7.2. Prazo de exercício
 - 7.3. Modalidades
 - 7.4. Natureza
 - 7.5. Efeitos
 - 7.6. Exceções
- 8. Forma e prova
 - 8.1. Documento eletrónico
 - 8.2. Relevância
 - 8.3. Convenções probatórias
- 9. O caso particular das plataformas eletrónicas
 - 9.1. Noções gerais
 - 9.2. A tutela do consumidor
 - 9.3. Alguns problemas
- 10. Aspetos complementares
 - 10.1. Outras especialidades
 - 10.2. Modalidades especiais
- Bibliografia

1. Aspetos gerais

1.1. Noção preliminar

Designam-se genericamente por contratos eletrónicos B2C (“B2C e-contracts”), também denominados contratos eletrónicos de consumo, *os contratos celebrados por via eletrónica entre um empresário e um consumidor*¹.

1.2. Relevó

O *comércio eletrónico* (“e-commerce”) – que abrange hoje o conjunto das atividades, relações e transações juseconómicas realizadas por via telemática através de equipamentos de processamento e transmissão eletrónica de dados (computadores, “tablets”, “smartphones”) – representa um dos vetores primordiais de evolução da atividade comercial e do próprio Direito Comercial no dealbar do séc. XXI². Dentro do universo do comércio eletrónico, e a par de outros institutos jurídicos (documentos eletrónicos, assinaturas eletrónicas, dinheiro eletrónico, etc.), destaca-se a chamada *contratação eletrónica*, que designa um processo especial e alternativo de contratação caracterizado pelo facto de as declarações de vontade dos contraentes serem produzidas e transmitidas por via telemática mediante o recurso a equipamentos de processamento e transmissão eletrónica de dados (computadores, “tablets”, “smartphones”), “maxime”, mediante operações em linha (“internet”) e mensagens de correio

¹ Sobre os contratos eletrónicos de consumo, entre outros, vide J. OLIVEIRA ASCENSÃO, “A Sociedade Digital e o Consumidor”, in *Direito da Sociedade de Informação*, 2009, vol. VII, pp. 123-153; DIOVANA BARBIERI, *A Proteção do Consumidor no Comércio Eletrónico: Estudo Comparado à luz dos Ordenamentos Jurídicos Brasileiro e Português*, Lisboa, Editorial Juruá, 2013; J. LEITE BARROS, “Os Contratos de Consumo Celebrados pela Internet”, in *Revista Jurídica Luso-Brasileira*, 2017, n.º 3, pp. 781-843; J. MORAIS CARVALHO, “O Direito Português dos Contratos Eletrónicos”, in *Res Severa Verum Gaudium*, 2018, n.º 3, pp. 68-92; J. MORAIS CARVALHO, “Comércio Eletrónico e Protecção dos Consumidores”, in *Themis - Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa*, 2006, vol. II, pp. 41-62; M. GABRIEL CASTRO, “Direito dos Contratos – Contrato Electrónico de Consumo”, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2006/2007, n.º 2, pp. 559-615; SARA LARCHER, “Contratos Celebrados através da Internet: Garantias dos Consumidores contra Vícios na Compra e Venda de Bens de Consumo”, in *Estudos do Instituto de Direito do Consumo*, 2005, vol. II, pp. 152-166; SUSANA LARISMA, “Contratação Electrónica”, in AA.VV., *O Comércio Electrónico em Portugal, Quadro Legal e o Negócio*, Lisboa, Anacom, 2004, pp. 157-170; A. MENEZES LEITÃO, “Comércio Eletrónico e Direito do Consumo”, in *Liber Amicorum Mário Frota – A Causa dos Direitos dos Consumidores*, Coimbra, Almedina, 2012, pp. 31-39; J. PINTO MONJARDINO, “E-Contracts B2C: O Confronto entre as Regras de Transferência de Risco e o Direito de Arrependimento”, in *Anuário do Nova Consumer Lab*, 2021, n.º 3, pp. 337-385; E. DIAS OLIVEIRA, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, Coimbra, Almedina, 2002; E. DIAS OLIVEIRA, “Contratação Eletrónica e Tutela do Consumidor”, in Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), *Estudos de Direito do Consumo*, vol. I, Coimbra, Almedina, 2023, pp. 831-850; E. DIAS OLIVEIRA, “Algumas Considerações sobre a Protecção do Consumidor no Mercado Digital no Âmbito do Direito da União Europeia”, in *Revista da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa*, 2021, vol. LXII, pp. 209-230; A. DIAS PEREIRA, “Comércio Electrónico e Consumidor”, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2004, vol. 6, pp. 341-400; A. DIAS PEREIRA, “Novos Direitos do Consumidor no Mercado Digital”, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2016, vol. 10, pp. 155-173; M. ANTÓNIO PITA, “Notas Sobre o Regime da Contratação Electrónica, Internet, Direito e Tribunais”, in *Sub Judice – Justiça e Sociedade*, 2006, vol. 35, pp. 57-70. Noutros quadrantes, J. JOSÉ LAWAND, *Teoria Geral dos Contratos Eletrónicos*, São Paulo, Ed. Juarez, 2003; MICHAEL LEHMANN (Hrsg.), *Rechtsgeschäfte im Netz – Electronic Commerce*, Stuttgart, Schäffer-Poeschel, 1999; R. PINOCHET OLAVE, *Contratos Electrónicos y Defensa del Consumidor*, Madrid, Marcial Pons, 2001; JÉRÔME PASSA, “Commerce Electronique et Protection du Consommateur”, in *Recueil Dalloz Sirey*, 2002, n.º 178, pp. 555-564; DENIS VERBICARO / LOAINE VERBICARO/ JANAÍNA VIEIRA (eds.), *Direito do Consumidor Digital*, Rio de Janeiro, Lumen Iuris, 2020.

² Sobre o relevó do comércio eletrónico no âmbito do Direito Comercial moderno, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, *Direito Comercial*, em curso de publicação.

eletrónico ("e-mail")³. Os contratos eletrónicos, por sua vez, podem revestir uma enorme variedade de modalidades e tipologias, mormente em função da natureza das partes contratantes⁴: aqui interessam-nos apenas os chamados *contratos eletrónicos B2C* ("business-to-consumer"), celebrados entre empresários e consumidores.

1.3. Vantagens

Os contratos eletrónicos B2C têm inegáveis *vantagens* para empresários e consumidores.

Os primeiros rapidamente descobriram nas novas tecnologias de comunicação um poderoso instrumento de expansão das suas atividades e transações comerciais, alcançando novos clientes e negócios sem fronteiras físicas ou geográficas: a contratação eletrónica funciona 24 horas por dia, 7 dias por semana, e 365 dias por ano, com consumidores de todo o mundo, representando atualmente um volume de negócios global superior a 2 triliões de dólares em todo o mundo⁵ e de 700 biliões de euros na Europa⁶.

Quanto aos últimos, se já a partir de meados do século passado se tornou cada vez menos frequente que um consumidor tivesse de esperar na fila do estabelecimento comercial do empresário para negociar ou adquirir um determinado produto ou serviço (dada a alternativa da contratação à distância)⁷, nos inícios deste novo século uma boa parte destes produtos e serviços passou a estar ao alcance de um simples "click" de computador, operando em micromilésimos de segundo: hoje, é mais fácil, mais rápido e mais barato a um consumidor português encomendar na página "web" de uma empresa sediada nos Estados Unidos da América ou na China um determinado bem (v.g., livro, peça de vestuário, ficheiro digital) do que adquirir esses bens numa loja da própria cidade onde vive.

Estas vantagens do comércio eletrónico – que se tornou assim progressivamente no novo paradigma dos contratos celebrados entre empresas e consumidores – também chegou a *Portugal*: no ano de 2022, 43% dos cidadãos portugueses realizaram compras em linha e 18% das empresas portuguesas receberam encomendas em linha, representativas de cerca de um

³ Sobre a noção, as aceções e as modalidades da contratação eletrónica, vide J. Oliveira ASCENSÃO, "Contratação Electrónica", in *Direito da Sociedade de Informação*, 2003, vol. IV, pp. 43-68; A. DOMÍNGUEZ LUELMO, "Contratação na Internet. Regime Jurídico da Contratação na Internet", in *Temas de Direito da Informática e da Internet*, Coimbra, Coimbra Editora, 2004, pp. 137-160; A. DIAS PEREIRA, *Comércio Electrónico na Sociedade da Informação*, Coimbra, Almedina, 1999, pp. 137-160; V. CASTRO ROSA, "Contratação Electrónica", in Ministério da Justiça, *Lei do Comércio Electrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 191-208.

⁴ Tendo em conta a natureza ou "status" dos sujeitos neles intervenientes – empresários (B), consumidores (C), Administração ou Estado (A), trabalhadores (E), particulares (P) –, tornou-se assim usual distinguir entre as modalidades "business-to-business" (B2B), "business-to-consumer" (B2C), "business-to-administration" (B2A), "administration-to-consumer" (A2C), "business-to-employee" (B2E) e "peer-to-peer" (P2P). Cf. J. ENGRÁCIA ANTUNES, *Direito Comercial*, em curso de publicação.

⁵ ECOMMERCE FOUNDATION, *Global B2C ECommerce Report 2023*, New York, 2023.

⁶ ECOMMERCE EUROPE, *European E-Commerce Report 2022*, Amsterdam/ Brussels, 2022.

⁷ J. ENGRÁCIA ANTUNES, "Os Contratos à Distância", in *Cyber Law*, 2023, vol. XII, em curso de publicação.

quinto do respetivo volume de negócios⁸, estimando-se que o valor do comércio eletrónico B2C ronde atualmente os 8 biliões de euros⁹.

1.4. Riscos

Mas, porque não há bela sem senão, os cibercontratos encerram também *riscos* novos e especiais relativamente aos contratos de consumo tradicionais.

Dirigindo a sua oferta eletrónica ao mercado virtual mundial, aos (ciber)empresários passa a ser difícil, senão impossível, conhecer previamente a identidade das suas contrapartes, a sua capacidade (v.g., menores, insolventes) ou o local do seu domicílio (e, logo, qual a lei reguladora do contrato). E negociando com uma empresa virtual, o (ciber)consumidor desconhecerá frequentemente a real identidade do empresário, não resistirá à facilidade assombrosa do processo negocial (ao alcance de um clique no botão digital “Comprar” ou similar), não teve contacto direto nem procedeu ao exame físico prévio dos produtos adquiridos antes de os encomendar e pagar, fornecerá dados pessoais e bancários que poderão passar a circular ou ser utilizados sem a sua autorização, e, em caso de insatisfação, arrisca-se a reclamar contra um fantasma na nuvem¹⁰.

2. Fontes

O objetivo geral da proteção do consumidor na contratação eletrónica ou em ambiente digital encontra-se hoje expressamente consagrado na “*Carta Portuguesa dos Direitos Humanos na Era Digital*” (Lei n.º 27/2021, e 17 de maio), que prevê a incumbência do Estado de “promover mecanismos que visem o aumento da segurança e da confiança nas transações comerciais, em especial na ótica da defesa do consumidor” (artigo 12.º, n.º 2, a)).

O regime jurídico dos contratos eletrónicos B2C consta hoje de uma pluralidade de *fontes legais* próprias. Muito embora haja quem considere aqui suficientes as normas tradicionais dos contratos previstas no Código Civil¹¹, afigura-se que a contratação eletrónica constitui uma nova e alternativa modalidade de contratação cujas especificidades justificam a existência de uma regulação própria, a qual contribuirá aliás para o avanço e renovação do próprio direito contratual clássico (sem prejuízo de, no futuro, uma vez sedimentada, poder vir a integrar este).

⁸ ANACOM, *O Comércio Eletrónico em Portugal e na União Europeia – Relatório de 2022*, Lisboa, 2023.

⁹ ACEPI, *Estudo da Economia Digital em Portugal (Edição de 2022)*, Lisboa, 2023.

¹⁰ Para uma visão de conjunto das vantagens e riscos da contratação eletrónica do consumo, vide DON TAPSCOTT, *The Digital Economy: Promises and Perils in the Age of Networked Intelligence*, New York, McGraw-Hill, 1997.

¹¹ P. MOTA PINTO, *Declaração Tácita e Comportamento Concludente no Negócio Jurídico*, Coimbra, Almedina, 1995, p. 444; P. COSTA SILVA, “Transferência Eletrónica de Dados: A Formação dos Contratos”, p. 216, in *Direito da Sociedade de Informação*, 1999, vol. I, pp. 201-228.

2.1. Fontes nacionais

De entre as fontes nacionais, destaca-se o Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de janeiro, relativo aos serviços na sociedade da informação e ao comércio eletrónico (doravante *Lei do Comércio Eletrónico*, abreviadamente LCE)¹².

Outros diplomas legais relevantes são a Lei n.º 24/96, de 31 de julho (Lei de Defesa do Consumidor ou LDC), o Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de fevereiro (Lei dos Contratos Celebrados à Distância ou LCCD)¹³, o Decreto-Lei n.º 12/2021, de 9 de fevereiro, relativo aos documentos eletrónicos (Lei dos Documentos Eletrónicos ou LDE), a Lei n.º 166/2022, de 16 de agosto, relativa às comunicações eletrónicas (Lei das Comunicações Eletrónicas ou LComunE), o Decreto-Lei n.º 84/2021, de 18 de outubro (Lei da Venda de Bens de Consumo ou LVBC), o Decreto-Lei n.º 80/2019, de 17 de junho e a Lei n.º 7/2022, de 10 de janeiro, relativos ao bloqueio geográfico e discriminação nas vendas eletrónicas a consumidores, ou ainda o Decreto-Lei n.º 58/2000, de 18 de abril, relativo às regras disciplinadoras dos serviços da sociedade de informação¹⁴.

2.2. Fontes europeias

No plano europeu – que tem estado na origem da evolução do direito português nesta como em tantas outras matérias –, destacam-se diversos instrumentos normativos.

São eles a Diretiva 2000/31/CE, de 8 de junho, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno (Diretiva sobre o Comércio Eletrónico, doravante DCE); a Diretiva 2002/58/CE, de 12 de julho, relativa ao tratamento de dados pessoais e à proteção da privacidade no setor das comunicações eletrónicas (Diretiva sobre Privacidade e Comunicações Eletrónicas); a Diretiva 2018/1972/UE, de 11 de dezembro, relativa ao código europeu das comunicações eletrónicas; o Regulamento UE/679/2016, de 27 de abril (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados ou RGPD); o

¹² A LCE foi objeto de alterações introduzidas pelos Decreto-Lei n.º 62/2009, de 10 de março, Lei n.º 46/2012, de 29 de agosto, Lei n.º 40/2020, de 18 de agosto e Lei n.º 26/2023, de 30 de maio. Para comentários e anotações legislativas, MINISTÉRIO DA JUSTIÇA (GABINETE DE POLÍTICA LEGISLATIVA E PLANEAMENTO), *Lei do Comércio Eletrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005; M. LOPES ROCHA/ A. MARGARIDA MARQUES/ A. LENCASTRE BERNARDO, *Guia da Lei do Comércio Electrónico*, Coimbra, Coimbra Editora, 2009.

¹³ Como veremos adiante, os contratos B2C constituem uma modalidade da contratação à distância, a qual abrange todas as técnicas de comunicação à distância (artigo 3.º, h) e w) da LCCD). Sublinhe-se, todavia, que a LCE e a LCCD possuem âmbitos subjetivos e objetivos apenas parcialmente coincidentes: assim, a LCE não regula apenas os contratos e as relações jurídicas de consumo (aplicando-se a outras vertentes do comércio eletrónico) e a LCCD não regula apenas os contratos celebrados por meios eletrónicos (abrangendo outros meios de comunicação à distância, v.g., correio, telefone, televisão). Sobre esta natureza bifronte, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, "Os Contratos à Distância", in *Cyber Law*, 2023, vol. XII, em publicação; D. SOUSA SILVA, "Contratos à Distância – O Ciberconsumidor", p. 433, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2003, vol. 5, pp. 423-456; E. DIAS OLIVEIRA, "Tutela do Consumidor na Internet", p. 337, in *Direito da Sociedade de Informação*, 2004, vol. V, pp. 335-358.

¹⁴ Para diversas coletâneas legislativas (condenadas a rápida desatualização), vide J. RAMOS PEREIRA, *Compêndio Jurídico da Sociedade de Informação – Notas Práticas – Legislação – Jurisprudência*, Lisboa, Quid Juris, 2004; S. NÓBREGA PIZARRO, *Comércio Electrónico – Contratos Electrónicos e Informáticos*, Coimbra, Almedina, 2005; M. LOPES ROCHA/ M. PUPO CORREIA/ M. FELINO RODRIGUES/ M. ALMEIDA ANDRADE/ P. PATRÍCIO AMORIM/ H. JOSÉ CARREIRO/ LUÍS CABRITA, *Leis da Sociedade de Informação – Comércio Eletrónico*, Coimbra, Coimbra Editora, 2008.

Regulamento UE/2018/302, de 28 de fevereiro, relativo ao bloqueio geográfico (Regulamento “Geoblocking”); o Regulamento UE/2022/2065, de 19 de outubro, relativo a um mercado único para os serviços digitais (Regulamento dos Serviços Digitais ou RSD); e o Regulamento UE/2022/1925, de 14 de setembro, relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital (Regulamento dos Mercados Digitais ou RMD)¹⁵.

2.3. Fontes internacionais

No *plano internacional*, cumpre também assinalar que se vêm multiplicando as iniciativas na matéria. Sirva de exemplo a “UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce” de 1996, as “OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce” de 1999, e a “United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts” de 2005.

2.4. Outras

Finalmente, sublinhe-se que diversos *outros diplomas legais consumeristas* serão relevantes para a integração da disciplina jurídica dos contratos eletrónicos de consumo. É que não se pode perder de vista que a aplicação da LCE não “prejudica o nível de proteção dos consumidores, incluindo investidores, resultante da restante legislação nacional” (artigo 3.º, n.º 5 da LCE): tal significa dizer que, com as necessárias adaptações, os contratos B2C, enquanto contratos à distância, estão sujeitos às regras da LCCD; revestindo frequentemente a natureza de contratos de adesão, estão sujeitos às regras da Lei das Cláusulas Contratuais Gerais ou LCCG (Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de outubro); encontrando-se em pleno epicentro das novas práticas de comercialização da economia digital e do comércio eletrónico, estão sujeitos às regras da Lei das Práticas Comerciais Desleais ou LPCD (Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março); e assim sucessivamente¹⁶.

¹⁵ ALBERTO FRANCESCHI (ed.), *European Contract Law and the Digital Single Market: The Implications of the Digital Revolution*, Antwerp, Intersentia, 2016; STEFAN GRUNDMANN, *European Contract Law in the Digital Age*, Antwerp, Intersentia, 2018.

¹⁶ Também assim o Considerando 55 da DCE: “A presente directiva não afecta a legislação aplicável às obrigações contratuais relativas aos contratos celebrados pelos consumidores. Assim, a presente directiva não pode ter como resultado privar o consumidor da protecção que lhe é concedida pelas disposições compulsivas relativas às obrigações contratuais, constantes da legislação do Estado-Membro em que este tem a sua residência habitual”.

3. Requisitos subjetivos

Os contratos eletrónicos B2C são contratos de consumo cuja existência está subordinada a requisitos subjetivos e objetivos. No que concerne ao seu *âmbito subjetivo*, como sucede com os demais tipos de contratos de consumo, os contratos B2C têm como partes intervenientes um empresário (sujeito passivo) e um consumidor (sujeito ativo).

3.1. Empresário

Relativamente ao sujeito ativo, a lei fala genericamente em "*prestador de serviço*" da sociedade de informação (artigo 3.º, n.º 1 da LCE). Todavia, à semelhança dos contratos de consumo em geral¹⁷, os contratos B2C serão usualmente concluídos por *empresários* singulares ou coletivos: para além das referências da lei às "empresas prestadoras de serviços da sociedade de informação" (v.g., artigo 38.º, n.ºs 2 e 3 da LCE), é também isso que de algum modo resulta, quer da exigência expressa da lei da natureza económica da atividade por aquelas desenvolvida e da própria amplitude do conceito de serviço da sociedade de informação (artigo 3.º, n.º 1 da LCE), quer ainda da exigência implícita de tal prestação ocorrer no quadro de um sistema de vendas ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância (artigo 3.º, h) da LCCD)¹⁸.

Sublinhe-se, aliás, que as empresas prestadoras de serviços da sociedade da informação, abrangidas pela LCE, podem ser de vários tipos: por um lado, as empresas operativas propriamente ditas, fornecedoras de bens e serviços, que são parte nos contratos B2C e que exercem a sua atividade económica por meios eletrónicos, de modo parcial (empresas "tradicionais") ou exclusivo (empresas "virtuais"), e cuja atividade não depende de qualquer autorização prévia especial (artigo 3.º, n.º 3 da LCE), sem prejuízo, naturalmente, das regras gerais de acesso ao exercício de certas atividades económicas (v.g., artigo 1.º, n.º 3 do Decreto-Lei n.º 10/2015, de 16 de janeiro); por outro lado, as empresas intermediárias, sejam estas prestadores de serviços de transmissão de comunicações em rede (artigos 11.º e ss. da LCE)¹⁹ ou prestadores de mercados em linha, tais como os operadores de plataformas digitais (artigos 2.º, n) e 44.º e ss. do Decreto-Lei 84/2021, de 18 de outubro).

¹⁷ Dado o protagonismo da empresa nas atuais economias de mercado e relações de consumo, a generalidade dos contratos de consumo é celebrada por profissionais titulares de empresas (com um número cada vez mais residual de exceções, v.g., pequenos comerciantes locais, pequenos artesões, profissionais liberais autónomos): isso explica que designemos genericamente como *empresário* o sujeito passivo dos contratos abrangidos pela LCE. Sobre tal questão, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, *Direito do Consumo*, Coimbra, Almedina, 2019, p. 56 e ss.

¹⁸ Como sublinha J. Oliveira ASCENSÃO, "com esta amplitude qualquer exercício de comércio eletrónico em rede é um serviço da sociedade da informação" ("Contratação Electrónica", p. 50, in *Direito da Sociedade de Informação*, 2003, vol. IV, pp. 43-68). Sobre o empresário como contraparte natural (embora não obrigatória) dos contratos B2C, vide S. NÓBREGA PIZARRO, *Comércio Electrónico – Contratos Electrónicos e Informáticos*, Coimbra, Almedina, 2005, p. 73; S. CHRISTOFFOLI TUPAN, *Alguns Aspectos Jurídicos do Comércio Electrónico entre Empresas*, Porto, Dissertação, 2004, pp. 58 e ss.; noutros ordenamentos, R. MATEO DE ROS/ M. GALLEGÓ LÓPEZ-MONIS, *Derecho de Internet*, Cizur Menor, Aranzadi, 2003, p. 115.

¹⁹ Tal significa também a existência de um feixe de outros contratos, que aqui não serão naturalmente objeto de atenção: pense-se, designadamente, nos contratos de prestação de serviços de telecomunicações, contratos de

Esta natureza tipicamente empresarial dos sujeitos ativos dos contratos B2C não é desmentida pelo artigo 24.º da LCE, segundo o qual o regime legal é aplicável “a todo o tipo de contratos celebrados por via eletrónica ou informática, sejam ou não qualificáveis como comerciais”: com tal disposição terá o legislador pretendido fundamentalmente esclarecer o princípio da universalidade da contratação eletrónica e do respetivo regime – o qual, salvo as exceções previstas na lei (“maxime”, artigo 25.º, n.º 2 da LCE), não conhece limitações nas tradicionais divisões do direito privado e até do direito em geral (v.g., contratos civis, comerciais, administrativos) –, de modo algum infirmando a circunstância de a esmagadora maioria dos atuais contratos de consumo relativos ao comércio eletrónico ser celebrada por prestadores de serviços que revestem a natureza de empresas.

3.2. Consumidor

Relativamente ao sujeito passivo, a lei portuguesa fala aqui de “*destinatário*” (artigos 3.º, n.º 1 e 28.º, n.º 1 da LCE), para designar qualquer pessoa singular ou coletiva que solicitou e a quem é prestado o serviço, definindo ainda o legislador europeu como tal “qualquer pessoa, singular ou coletiva, que, para fins profissionais ou não, utilize um serviço da sociedade da informação, nomeadamente para procurar ou para tornar acessível determinada informação” (artigo 2.º, d) da DCE). Por conseguinte, os destinatários dos serviços da sociedade de informação poderão, ou não, ser consumidores, já que o regime legal é aplicável independentemente da finalidade ou destino final dos mesmos (privado ou profissional), abrangendo assim também, salvo disposição expressa em contrário, os destinatários que sejam empresários (contratos “business-to-business” ou B2B): na contratação eletrónica e em rede, um *consumidor* será sempre destinatário de um serviço da sociedade de informação, mas nem todo o destinatário será necessariamente um consumidor.

Por outra banda, no caso dos contratos B2C, o conceito de ciberconsumidor e a sua tutela jurídica reconduzem-se à noção geral de consumidor (artigo 2.º da LDC) e aos quadros jurídicos gerais da sua proteção (artigo 3.º da LDC), sem prejuízo naturalmente das especificidades próprias adiante assinaladas²⁰: assim sendo, serão “ciberconsumidores” ou consumidores internautas, partes de um contrato B2C, as pessoas (em regra, singulares) que tenham solicitado e utilizado tais serviços para fins privados, com exclusão de quaisquer fins empresariais ou profissionais.

assinatura ou acesso à “internet”, contratos de organização de páginas “web”, ou contratos de hospedagem de “home pages”.

²⁰ Como sublinha E. DIAS OLIVEIRA, “o consumidor internauta não é merecedor de menor nem de maior proteção do que o consumidor tradicional” (*A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, p. 58, Coimbra, Almedina, 2002). Em sentido convergente, J. MORAIS CARVALHO, ao sublinhar que, não contendo a LCE uma noção de consumidor, deve prevalecer o conceito geral da LDC para efeitos da sua aplicação (“Comércio Electrónico e Protecção dos Consumidores”, p. 43, in *Themis - Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa*, 2006, vol. II, pp. 41-62).

4. Requisitos objetivos

No que diz respeito ao seu *âmbito objetivo*, os contratos B2C devem preencher os requisitos que resultam da própria definição legal: é considerado como serviço da sociedade de informação “qualquer serviço prestado à distância por via eletrónica, mediante remuneração ou pelo menos no âmbito de uma atividade económica na sequência de pedido individual do destinatário” (artigo 3.º, n.º 1 da LCE).

4.1. Via eletrónica

Embora a LCE não tenha definido o que se deva entender por via eletrónica²¹, os contratos de consumo celebrados por *via eletrónica* são aqueles cujo nascimento, formação e execução é realizado mediante o processamento eletrónico de dados através de equipamentos próprios (computadores, “tablets”, “smartphones”, “smartwatch”, “weareables”, televisores digitais interativos, etc.). Em abstrato, são indiferentes as características particulares da contratação eletrónica – abrangendo-se indistintamente a contratação eletrónica direta (“online”) e indireta (“offline”), nacional ou internacional, aberta ou fechada (v.g., rede EDI), individualizada ou massificada (v.g., através de cláusulas contratuais gerais) – e as modalidades operativas da sua realização – por exemplo, negociação em linha (“internet”), redes sociais, leilões eletrónicos, correio eletrónico, etc.²². Naturalmente, o setor mais representativo e emblemático dos contratos eletrónicos de consumo diz respeito aos contratos celebrados entre empresas e consumidores através da Internet (“Interconnected Networks”), a rede mundial de computadores.

4.2. Outras características

Os contratos B2C contradistinguem-se ainda por outras características próprias.

Desde logo, são contratos *à distância*, isto é, celebrados sem a presença simultânea dos contraentes no âmbito de um sistema de negociação organizado pelo empresário/prestador: estarão aqui assim excluídos os contratos B2C que sejam executados entre presentes ou através de contacto imediato (v.g., videoconferência, “skype”, “chat rooms”, etc.), além

²¹ Sublinhe-se que o artigo 2.º, b) (ii) do Decreto-Lei n.º 58/2000 define como serviço por via eletrónica “um serviço enviado da origem e recebido no destino através de meios eletrónicos de processamento e de armazenamento de dados que seja inteiramente transmitido, encaminhado e recebido por cabo, rádio, meios óticos ou outros meios eletromagnéticos”. Idêntica definição se encontra prevista na Diretiva UE/2015/1535, de 9 de setembro, relativa ao procedimento de informação no domínio das regras e regulamentações técnicas dos serviços da sociedade de informação.

²² É importante salientar, todavia, que existem certos aspetos do regime legal que apenas são aplicáveis a determinadas modalidades operativas de contratos B2C: cf. *infra* 10.2.

naturalmente dos contratos B2B (que não estão abrangidos pela disciplina geral dos contratos à distância prevista na LCCD)²³.

Depois ainda, são contratos de carácter *económico-empresarial*, isto é, de carácter oneroso (mediante contrapartida patrimonial, mormente o pagamento de um preço ou uma contraprestação em dados pessoais) ou até gratuito (sempre que os serviços sejam prestados no âmbito da atividade económica geral do prestador do serviço, v.g., publicidade comercial).

Por fim, são contratos negociados a *pedido do destinatário*, isto é, mediante prévia ligação ou contacto em linha estabelecido pelo consumidor: estão assim excluídos, por exemplo, os serviços de rádio ou de televisão, que são prestados independentemente de uma solicitação eletrónica individual. Muito embora se trate de uma característica natural, embora não essencial, os contratos B2C serão também frequentemente (e, no caso dos contratos celebrados através de páginas ou sítios “web” na rede, necessariamente) *contratos de adesão*, padronizados através do recurso a cláusulas contratuais gerais, sujeitos aos deveres e controlo resultantes da Lei das Cláusulas Contratuais Gerais²⁴.

Finalmente, quanto ao objeto contratual propriamente dito, a formulação legal ampla (“qualquer serviço da sociedade da informação”) permite aqui abranger, em linha com a noção geral do artigo 2.º, n.º 1 da LDC, o fornecimento de *bens* (v.g., corpóreos ou incorpóreos, duradouros ou perecíveis, bens com elementos digitais), a prestação de *serviços* (v.g., comerciais, financeiros, turísticos, educativos, digitais, etc.) e a transmissão de *direitos* (v.g., atribuição de licenças de utilização).

5. Negociação

Tal como foi inicialmente sublinhado, as vantagens da contratação de consumo eletrónica apenas são porventura suplantadas pelos seus riscos: numa boa parte daqueles contratos, o consumidor desconhece a real identidade ou localização do empresário, adquire produtos com os quais não teve contacto direto ou que não teve oportunidade de examinar previamente, não resiste à facilidade assombrosa do processo negocial realizando compras por impulso (ao

²³ Relembre-se que o artigo 3.º, h) da LCCD define contrato celebrado à distância como “um contrato celebrado entre o consumidor e o fornecedor de bens ou o prestador de serviços sem presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda ou prestação de serviços organizado para o comércio à distância mediante a utilização exclusiva de uma ou mais técnicas de comunicação à distância até à celebração do contrato, incluindo a própria celebração” (sobre tal conceito, J. ENGRÁCIA ANTUNES, *Os Contratos à Distância*, in *Cyberlaw*, 2023, vol. XII, em publicação). Considerando também os contratos eletrónicos como uma submodalidade dos contratos à distância, vide J. OLIVEIRA ASCENSÃO, “Contratação Electrónica”, p. 46, in *Direito da Sociedade de Informação*, 2003, vol. IV, pp. 43-68; J. MORAIS CARVALHO, “Comércio Electrónico e Protecção dos Consumidores”, p. 42, in *Themis - Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa*, 2006, vol. II, pp. 41-62; noutros quadrantes, M. MORENO NAVARRETE, *Derecho-e: Derecho del Comercio Electrónico*, p. 47, Madrid, Marcial Pons, 2002.

²⁴ Sobre os contratos B2C como contratos de adesão, vide A. RITA OLIVEIRA, *A Contratação Eletrónica: As Cláusulas Contratuais Gerais (Em Especial, nas Transações Realizadas via Internet) e Outros Desafios Colocados pelo Comércio Eletrónico ao Direito dos Contratos*, Universidade de Coimbra, Dissertação, 2016; noutros quadrantes, M. MORENO NAVARRETE, *Derecho-e: Derecho del Comercio Electrónico*, pp. 47 e ss., Madrid, Marcial Pons, 2002. Na jurisprudência, vide o Acórdão da Relação de Lisboa de 21.VI.2018 (JORGE LEAL), in: <www.dgsi.pt>.

alcance de um clique no botão digital “comprar” ou similar), não domina as técnicas de contratação em linha (aceitando termos e condições padronizados que não lê, não sabendo como retroceder numa encomenda feita, ou não tendo consciência do preço global efetivo a pagar), fornece dados pessoais e bancários que poderão passar a circular ou ser utilizados sem a sua autorização, e, em caso de insatisfação, ignora frequentemente os seus direitos ou desiste de reclamar contra um fantasma na nuvem.

5.1. O relevo da informação pré-contratual

Esta situação de especial debilidade e desproteção do consumidor profano no “novo mundo” do comércio eletrónico explica que a tutela jurídica do “ciberconsumidor” se tenha feito logo sentir, e de um modo especialmente nítido, na fase de *negociação* dos contratos eletrónicos B2C. Tal tutela traduziu-se numa significativa densificação das obrigações pré-contratuais da contraparte: entre tais obrigações, destaque especial merecem os *deveres de informação pré-contratual* do empresário, cujo regime resulta da aplicação simultânea da LCE e da LCCD²⁵.

O empresário está obrigado a fornecer ao ciberconsumidor, antes da celebração de qualquer contrato eletrónico de consumo, em tempo útil e de forma clara e compreensível, um extenso rol de *elementos informativos*. Estes elementos podem ser ordenados em dois tipos: elementos informativos gerais e elementos informativos específicos.

5.2. Elementos informativos gerais

Constituindo os contratos eletrónicos B2C uma modalidade dos contratos à distância, eles encontram-se sujeitos à observância prévia de um conjunto de *elementos informativos gerais* (artigo 4.º da LCCD).

Aqui se incluem, designadamente, (i) a identidade, endereço e contactos do empresário, (ii) a identidade e endereço dos terceiros que atuem em seu nome e por sua conta, (iii) as características essenciais do bem ou do serviço, (iv) o preço total do bem ou do serviço, (v) o preço personalizado, (vi) o modo de cálculo do preço, (vii) as modalidades de pagamento, entrega ou execução, bem como a data-limite de entrega do bem ou serviço, (viii) a existência de um direito de livre resolução do contrato, seu modo de exercício, termos e efeitos, (ix) o custo de utilização da técnica de comunicação à distância, (x) a duração do contrato ou as

²⁵ Sobre os deveres de informação nestes contratos, vide J. LEITE BARROS, “Os Contratos de Consumo Celebrados pela Internet”, pp. 798 e ss., in *Revista Jurídica Luso-Brasileira*, 2017, vol. 3, pp. 781-843; E. DIAS OLIVEIRA, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, pp. 65 e ss., Coimbra, Almedina, 2002; E. DIAS OLIVEIRA, “Contratação Eletrónica e Tutela do Consumidor”, pp. 835 e ss., in Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), *Estudos de Direito do Consumo*, vol. I, Coimbra, Almedina, 2023, pp. 831-850. Para maiores desenvolvimentos, M. CORRIPIO GIL-DELGADO, *Los Contratos Informáticos. El Deber de Información Precontratual*, Madrid, Comillas 1991; IVANA MUSIO, “Obblighi di Informazione nel Commercio Elettronico”, in S. Sica/ P. Stanzone (eds.), *Commercio Elettronico e Categorie Civilistiche*, Milano, Giuffrè, 2002, pp. 117-136.

condições da sua denúncia, (xi) a existência de prazo da garantia de conformidade dos bens, (xii) a assistência e serviços pós-venda, bem com as garantias comerciais, (xiii) as funcionalidades, compatibilidade e interoperabilidade dos bens com elementos digitais, conteúdos e serviços digitais, (xiv) a existência de códigos de conduta relevantes, (xv) a existência de depósitos ou outras garantias financeiras e (xvi) a possibilidade de acesso a um mecanismo extrajudicial de reclamação a que o empresário esteja vinculado²⁶.

5.3. Elementos informativos específicos

Além disso, os contratos eletrónicos B2C encontram-se ainda sujeitos à observância de um conjunto de *elementos informativos específicos* dos contratos celebrados em linha (artigo 4.º-A da LCCD).

Entre estes, incluem-se (i) os principais parâmetros que determinam a classificação das propostas apresentadas ao consumidor em resultado da pesquisa, (ii) a indicação de que as propostas apresentadas se referem exclusivamente às do prestador do mercado em linha, (iii) a indicação de que a comparação de propostas se baseia em diferentes circunstâncias, não apresentando essa comparação como um desconto, e ainda (iv) a informação sobre o estatuto da outra parte contratante, (v) sobre a atribuição de responsabilidades contratuais e (vi) sobre as percentagens de redução e o preço mais baixo anteriormente praticado, no caso de vendas com redução de preço²⁷.

Além disso, considerando a relevância que as avaliações e recomendações de produtos e serviços feitas por consumidores têm no âmbito dos contratos B2C, os empresários que facultam o acesso a tais avaliações deverão adotar um conjunto de diligências adequadas à proteção do consumidor (artigo 4.º-B da LCCD)²⁸.

²⁶ Sobre estes deveres, vide desenvolvidamente J. ENGRÁCIA ANTUNES, "Os Contratos à Distância", in *Cyberlaw*, 2023, vol. XII, em curso de publicação.

²⁷ Particular destaque merece aqui a *identificação da parte contratante* – que obriga o prestador em linha a informar o consumidor sobre se o terceiro que oferece os bens, serviços ou conteúdos digitais é ou não um profissional, com base nas declarações prestadas por aquele ao prestador do mercado em linha e, em caso negativo, a informação de que os direitos do consumidor não se aplicam ao contrato celebrado (artigo 4.º, n.º 1, d) e e) da LCCD) – e ainda a *atribuição de responsabilidades contratuais* – que obriga aquele prestador a informar o consumidor sobre o modo como as obrigações contratuais são partilhadas entre o terceiro que oferece os bens, serviços ou conteúdos digitais e o prestador do mercado em linha, sem prejuízo da responsabilidade do prestador do mercado em linha ou do terceiro profissional em relação ao contrato resultante de outras disposições da leis europeias ou nacionais (artigo 4.º, f) da LCCD, artigos 44.º a 46.º da LVBC).

²⁸ Entre tais diligências, incluem-se as de assegurar a verificação de existência prévia de transação comercial efetuada por aquele consumidor, sempre que a avaliação esteja anunciada como tendo por base a aquisição prévia do produto ou serviço oferecido; identificar, de forma clara e inequívoca, as avaliações feitas em troca de algum benefício, quando disso tenha ou deva ter conhecimento; garantir que as avaliações são publicadas sem demora e que o seu autor pode, a qualquer momento, editar o seu conteúdo; e garantir que todas as avaliações, positivas ou negativas, permanecem disponíveis por idêntico período, não inferior a seis meses (artigo 4.º-B, n.º 1 da LCCD).

5.4. Prestação da informação

Por outra banda, importa sublinhar que o legislador não limitou a tutela do ciberconsumidor à mera consagração legal desse extenso rol de informações pré-contratuais gerais e específicas, tendo exigido que as mesmas sejam prestadas “em tempo útil” e “de forma clara e compreensível por meio adequado à técnica de comunicação à distância” (artigos 4.º, n.º 1 e 5.º, n.º 1 da LCCD). Tal significa que sempre que, como é o caso normal, a encomenda eletrónica do ciberconsumidor implicar uma obrigação de pagamento, o empresário deve prestar-lhe – imediatamente antes de este emitir a sua ordem de encomenda e de um modo que um consumidor médio os pudesse apreender diretamente e sem dificuldade em ambiente virtual – um núcleo mínimo dos elementos informativos mais significativos relativos ao contrato que está prestes a celebrar (artigos 4.º, n.º 1, d), e), f), g), h), i), q) e u), 5.º, n.º 2 da LCCD)²⁹; e deve ainda assegurar a existência de uma funcionalidade que garanta a confirmação expressa e consciente por parte do ciberconsumidor da obrigação de pagamento que vai associada à realização da encomenda (artigo 5.º, n.º 3 da LCCD)³⁰, sob pena de o consumidor não ficar vinculado ao contrato (artigo 5.º, n.º 9 da LCCD)³¹.

5.5. Outros deveres informativos

A encerrar, importa referir a existência de *outros deveres informativos e diligências pré-contratuais avulsas*, que reforçam ainda mais a tutela especial conferida ao consumidor no âmbito da negociação dos contratos eletrónicos de consumo.

Desde logo, importa ter presente a regulação das *comunicações eletrónicas não solicitadas* (“spam”) (artigo 8.º da LCCD, artigos 13.º-A e 13.º-B da Lei n.º 41/2004, de 18 de agosto) – que consagrou um modelo de “opt in”, de acordo com o qual o envio de correio eletrónico deste tipo fica dependente da autorização prévia dos destinatários ou da sua não inclusão nas listas adrede criadas para este efeito –³² e ainda a *proibição do fornecimento eletrónico de*

²⁹ Designadamente, através do fornecimento do clausulado contratual, diretamente ou através de hiperligação, no sítio da “internet” reservado ao processo de contratação, de cuja aceitação pelo consumidor fica dependente a encomenda eletrónica.

³⁰ Designadamente, através da ativação de botão ou função semelhante, com a expressão “encomenda com obrigação de pagar” ou uma formulação equivalente (artigo 5.º, n.º 4 da LCCD). Na prática, a finalidade é garantir que o consumidor é convidado a verificar a sua encomenda, isto é, o conteúdo do seu “cesto de compras” e o preço total a ser pago, antes de clicar no botão “comprar” ou equivalente, garantindo a compreensão adequada e correta da fase final do processo de formação do contrato e das obrigações contratuais que está prestes a assumir. Sobre o sentido e alcance das formulações equivalentes, vide o Acórdão do TJUE de 7-IV-2022 (*Fuhrmann-2-GmbH c. B.*), in: ECLI:EU:C:2022:269.

³¹ Sublinhe-se, contudo, que se o empresário em linha tem um dever de informar, o ciberconsumidor tem também um *dever de se informar*. Tudo o que se afigura exigível ao empresário é a prestação ao consumidor – no tempo (antecipadamente e em tempo útil) e no modo (de forma clara e compreensível, observando os deveres especiais acima referidos) impostos pela lei – toda a informação pré-contratual (artigos 4.º, n.º 1, 4.º-A, n.º 1 e 5.º da LCCD), vedando assim práticas que impeçam ou dificultem esse acesso (v.g., hiperligações complexas). Mas já não que garanta que o consumidor dela efetivamente se inteirou (“maxime”, quando este confirma a leitura ou aceitação de informação prestada que, todavia, não leu). Negando também um “direito à passividade” dos consumidores, E. DIAS OLIVEIRA, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, Coimbra, Almedina, 2002, p. 82; Acórdão do STJ de 4.VI.2015 (OLIVEIRA VASCONCELOS), in: <www.dgsi.pt>.

³² Sobre as comunicações eletrónicas não solicitadas, vide SUSANA ALMEIDA, “As Comunicações Publicitárias Eletrónicas não Solicitadas e a Protecção dos Consumidores: A Regra de “Opt In” e a Opção de Inscrições em Listas

bens não solicitados (artigo 28.º da LCCD, artigo 12.º, f) da LPCD) – como é o caso, por exemplo, da prática de “WAP billing” das empresas de telecomunicações, que cobram aos seus clientes serviços digitais (v.g., imagens ou toques de telemóveis) sem que aqueles tenham prévia e expressamente manifestado a sua adesão a tais serviços³³.

Depois, o legislador obrigou os empresários, nos respetivos sítios da “internet” dedicados ao comércio eletrónico, à “indicação, de forma clara e legível, o mais tardar no início do processo de encomenda, da eventual existência de *restrições geográficas* ou outras à entrega e aos meios de pagamento aceites” (artigo 7.º da LCCD)³⁴.

Por fim, importa ter presente um conjunto de obrigações e diligências informativas previstas na LCE, que são impostas aos prestadores dos serviços da sociedade de informação. Assim, nos termos do artigo 10.º da LCE, tais prestadores estão sujeitos a um *dever de disponibilização permanente de informação em linha*, relativamente a um conjunto de elementos de identificação que incluam, nomeadamente, o seu nome, firma ou denominação, endereço geográfico em que se encontra estabelecido e endereço eletrónico, inscrições em registos públicos e número de identificação fiscal. Nos termos do artigo 28.º, n.º 1 da LCE, todo o prestador que celebre contratos eletrónicos deve facultar às respetivas potenciais contrapartes, antes de ser dada a ordem de encomenda, informação mínima inequívoca sobre um variado naipe de *aspetos específicos* relativos à negociação eletrónica, incluindo o processo de celebração contratual, o arquivamento ou não do contrato (bem como a respetiva acessibilidade pelo contraente), a língua ou línguas em que o contrato pode ser celebrado, os meios técnicos disponibilizados para a identificação e correção de erros de digitação da ordem de encomenda (cf. ainda artigo 27.º da LCE), os termos contratuais e as cláusulas gerais do contrato a celebrar, e os códigos de conduta de que o empresário em linha seja subscritor. Enfim, atenta a importância da publicidade no domínio pré-contratual do comércio eletrónico, são ainda relevantes as disposições relativas às *comunicações eletrónicas publicitárias* – destinadas a assegurar que o destinatário comum apreende facilmente a natureza publicitária essas comunicações, a identidade do anunciante e as ofertas promocionais (artigo 21.º da LCE) – e às *cláusulas contratuais gerais* – as quais devem ser sempre comunicadas de maneira que permita ao destinatário armazená-las e reproduzi-las (artigo 33.º, n.º 1 da LCE).

Robinson”, in *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, 2009, vol. 59, pp. 43-76; L. MENEZES LEITÃO, “A Distribuição de Mensagens de Correio Eletrónico Indesejadas (SPAM)”, in *Estudos em Homenagem à Prof. Doutora I. Magalhães Colaço*, vol. II, Coimbra, Almedina, 2002, pp. 219-240; A. SOUSA PINHEIRO, “Comunicações não Solicitadas (SPAM)”, in Ministério da Justiça, *Lei do Comércio Eletrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 239-261.

³³ Sobre tais práticas, vide PEDRO FALCÃO, “Wap Billing: Problemas e Soluções”, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2018, vol. 14, pp. 383-413.

³⁴ Diferente, embora conexa, é a problemática do bloqueio geográfico como prática discriminatória dos consumidores: cf. *infra* 10.1.

6. Formação

Os contratos eletrónicos B2C contradistinguem-se por consubstanciarem um processo de contratação no qual as declarações negociais dos contraentes são produzidas e transmitidas por via telemática mediante o recurso a equipamentos de processamento e transmissão eletrónica de dados (computadores, “tablets”, “smartphones”), designadamente através de correio eletrónico (contratos celebrados por “e-mail”) e da rede (contratos celebrados em linha ou através da “internet”) (artigo 25.º, n.º 1 da LCE). Ora, ao contrário das habituais duas etapas do tradicional “iter” formativo dos contratos (proposta e aceitação), o legislador português previu aqui quatro diferentes etapas ou momentos: são elas a *oferta em linha*, a *ordem de encomenda*, o *aviso de receção* e a *confirmação da ordem de encomenda* (cf. artigos 29.º a 32.º da LCE). Compreende-se assim que deva ser objeto de atenção este regime especial de formação dos contratos B2C³⁵.

6.1. O regime formativo especial

Esse regime especial do processo formativo, que se encontra previsto nos artigos 29.º a 32.º da LCE, não prima pela clareza, originando dúvidas, quer quanto à natureza jurídica e caracterização das suas etapas constitutivas (mormente, no que diz respeito às proposta e aceitação contratuais), quer quanto à qualificação ou especialidade do próprio processo formativo “in toto”. Antes disso, advirta-se que este regime especial é apenas aplicável em toda a sua plenitude aos contratos B2C *celebrados em linha*, através da “internet”, e não já aos contratos B2C celebrados por outras modalidades eletrónicas (v.g., correio eletrónico, leilões eletrónicos, etc.)³⁶: especial destaque merecem aqui os chamados “clickwrap agreements” ou “clickthrough agreements”, que são contratos eletrónicos de consumo concluídos nos sítios ou páginas “web” da empresa prestadora dos produtos ou serviços contratados mediante um simples “clique” digital do consumidor (“I agree”, “I accept”), em que este se limita a aceitar o conteúdo e as condições contratuais predispostas nessas páginas³⁷.

³⁵ Sobre a formação dos contratos eletrónicos B2C, vide M. CARVALHO HOMEM, “A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico”, in *Revista Electrónica de Direito*, 2013, n.º 1, pp. 1-49; SARA LARCHER, *A Formação dos Contratos Celebrados por Consumidores através da Internet*, Lisboa, Dissertação, 2005; E. DIAS OLIVEIRA, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados através da Internet*, Coimbra, Almedina, 2002, pp. 116 e ss.; S. NÓBREGA PIZARRO, *Comércio Electrónico – Contratos Electrónicos e Informáticos*, Coimbra, Almedina, 2005, pp. 80 e ss.; P. COSTA SILVA, “Transferência Eletrónica de Dados: A Formação dos Contratos”, in *Direito da Sociedade de Informação*, 1999, vol. I, pp. 201-228; P. DIAS VENÂNCIO, “O Contrato Eletrónico e o Momento da sua Conclusão”, in *Maia Jurídica - Revista de Direito*, 2006, vol. IV, pp. 61-76. Noutros quadrantes, R. JULIÁ BARCELÓ, *Comercio Electrónico entre Empresários – La Formación y Prueba del Contrato Electrónico*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2000; LARS DAVIES, “Contract Formation on the Internet: Shattering a Few Myths”, in AA.VV., *Law and the Internet – Regulating Cyberspace*, Oxford, Hart, 1997, pp. 97-120; Á. GUIASADO MORENO, *Formación y Perfección del Contrato en Internet*, Madrid, Marcial Pons, 2004; ANDREW SIMPSON/STEPHAN KYNSSELLA, *Online Contract Formation*, New York, Oceana Publications, 2004.

³⁶ Sobre esta exclusão parcial, vide *infra* 10.2.

³⁷ NANCY KIM, *Wrap Contracts*, London, Oxford University Press, 2013.

6.2. Oferta em linha

Relativamente ao primeiro momento do “iter” formativo (*oferta eletrónica de produtos ou serviços*), é controvertido se esta oferta reveste a natureza de uma proposta contratual ou de um mero convite a contratar³⁸.

O artigo 32.º, n.º 1 da LCE dispõe que “a oferta de produtos ou serviços em linha representa uma proposta contratual quando contiver todos os elementos necessários para que o contrato fique concluído com a simples aceitação do destinatário”. Assim sendo, e tendo ainda presente a amplitude dos deveres informativos pré-contratuais a que está sujeito o autor da oferta em linha (artigos 4.º, 4.º-A e 4.º-B da LCCD, artigo 28.º da LCE), a regra geral será a de que as ofertas eletrónicas “online” constituídas ou integradas por enunciados contratuais completos corresponderão a verdadeiras *propostas contratuais*³⁹, desde que relativamente a elas um declaratório normal pudesse deduzir a vontade do prestador ofertante de se vincular juridicamente ao negócio – reservando a qualificação de mera “*invitatio ad offerendum*” para o caso (mais raro mas ainda assim possível) das demais ofertas⁴⁰.

Qualquer outra solução de princípio, além de se coadunar mal com a lógica da própria contratação em linha e ser contrária ao objetivo de tutela do consumidor, desaguaria necessariamente num sistema de qualificação casuística do nascimento dos contratos eletrónicos, cuja conclusão ficaria assim também, em última instância, dependente da vontade do próprio prestador ofertante (mediante a emissão ou não do aviso de receção)⁴¹.

³⁸ A qualificação jurídica da oferta eletrónica é discutida na doutrina portuguesa, havendo quem a qualifique como proposta contratual ao público (C. FERREIRA ALMEIDA, *Direito do Consumo*, Coimbra, Almedina, 2005, p. 97; J. OLIVEIRA ASCENSÃO, “Contratação Electrónica”, p. 63, in *Direito da Sociedade de Informação*, 2003, vol. IV, pp. 43-68; S. NÓBREGA PIZARRO, *Comércio Electrónico – Contratos Electrónicos e Informáticos*, Coimbra, Almedina, 2005, p. 82), como convite a contratar (J. CALVÃO SILVA, *Banca, Bolsa e Seguros*, tomo I, Coimbra, Almedina, 2005, p. 100) e até como nem uma coisa nem outra, preferindo remeter a solução para os casos concretos (E. DIAS OLIVEIRA, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, Coimbra, Almedina, 2002, p. 89). A questão, de resto, não divide apenas os autores nacionais, sendo também bastante controvertida além-fronteiras: cf. MICHAEL LEHMANN (Hrsg.), *Rechtsgeschäfte im Netz – Electronic Commerce*, Stuttgart, Schäffer-Poeschel, 1999, pp. 83 e ss.; CATRIN TURNER/ SEAN BRENNAN, “Commercial Lawyers Guide to the Internet”, in *International Company and Commercial Law Review*, 1997, vol. VIII, pp. 120-123 e 382-386.

³⁹ Aspeto relevante é o da chamada integração publicitária contratual, que confere validade e eficácia contratuais às declarações contidas nas mensagens publicitárias, já prevista para os contratos de consumo em geral pelo artigo 7.º, n.º 5 da LDC. Sobre o relevo jurídico-negocial da publicidade na “internet” (artigos 20.º e 21.º da LCE, artigo 2.º, f) da DCE), vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, “O Direito da Publicidade”, pp. 822 e s., in *Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra*, 2017, vol. XCIII, pp. 771-848; M. PUPO CORREIA, “Conformação dos Contratos pela Publicidade na Internet”, in *Direito da Sociedade de Informação*, 2009, vol. VIII, pp. 189-209; A. MENEZES LEITÃO, “Publicidade na Rede”, in *Direito da Sociedade de Informação*, 2009, vol. VIII, pp. 263-279. Para outros desenvolvimentos, V. SÁNCHEZ CASTELO, *Publicidad en Internet*, Madrid, La Ley, 2007.

⁴⁰ Há até quem vá mais longe, considerando que a amplitude dos deveres informativos pré-contratuais, a que estão sujeitos os prestadores em linha, obrigará estes a que as respetivas ofertas eletrónicas revistam, sempre e necessariamente, a natureza de verdadeiras propostas contratuais: cf. J. MORAIS CARVALHO, “Comércio Electrónico e Protecção dos Consumidores”, p. 47, in *Themis - Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa*, 2006, vol. II, pp. 41-62; A. DIAS PEREIRA, “Comércio Electrónico e Consumidor”, p. 352, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2004, vol. 6, pp. 341-400.

⁴¹ É consabido que a “proposta ao público” e o “convite a contratar” constituem modalidades com regime diferenciado em matéria da formação e perfeição negociais: no caso da proposta ao público, o proponente fica imediatamente colocado numa situação de sujeição perante o destinatário, o qual, enquanto titular de um direito potestativo à conclusão do contrato, tem nesta matéria a última palavra; inversamente, na “*invitatio ad offerendum*” existe um mero convite endereçado ao destinatário no sentido de este apresentar uma proposta, que o oferente poderá ou não aceitar, pelo que é agora a este (oferente) que cabe a última palavra quanto à conclusão do contrato. Sobre a distinção entre as duas figuras, C. FERREIRA ALMEIDA, *Contratos*, vol. I, Coimbra, Almedina, 2022, pp. 115 e ss.

6.3. Ordem de encomenda

Relativamente ao segundo momento do ritual formativo (*ordem de encomenda*), previsto no artigo 29.º, n.º 1 da LCE, é também controvertida a natureza jurídica a associar-lhe, mormente se estaremos aqui ou não diante de uma aceitação que faz nascer o contrato.

A razão fundamental para tal controvérsia reside na circunstância de o nosso legislador ter previsto a existência de atos adicionais e posteriores à própria “ordem de encomenda” (“order”, “commande”, “Bestellung”, “ordine”) enviada pelo consumidor, designadamente a emissão de um “aviso de receção” por parte do prestador (“logo que receba uma ordem de encomenda por via exclusivamente eletrónica, o prestador de serviços deve acusar a receção igualmente por meios eletrónicos, salvo acordo em contrário com a parte que não seja consumidora”: cf. artigo 29.º, n.º 1 da LCE) e a “confirmação” por parte do destinatário (“a encomenda torna-se definitiva com a confirmação do destinatário, dada na sequência do aviso de receção, reiterando a ordem emitida”: cf. artigo 29.º n.º 5 da LCE)⁴².

Ora, tendo em atenção a configuração normal da oferta eletrónica ou em linha dos empresários como proposta contratual, mas também pelas razões que a seguir serão explicadas, a ordem de encomenda do destinatário corresponderá em regra à *aceitação* dessa proposta, com cuja emissão os contratos B2C se haverão assim por formados e perfeitos⁴³.

6.4. Aviso de receção

Relativamente ao *aviso de receção* – declaração recetícia do prestador do serviço dirigida ao consumidor ordenador da encomenda que se encontra sujeita à observância de requisitos próprios (artigos 29.º, n.ºs 1, 3 e 4, 31.º, n.º 1 da LCE) –, a doutrina portuguesa também não é unânime quanto à natureza jurídica a atribuir-lhe, circunstância a que não é decerto alheio o facto de se tratar de uma figura que, proveniente do legislador europeu (artigo 11.º da DCE), é estranha à tradição jurídica portuguesa (“acknowledgement of receipt”, “Empfangsbestätigung”, “accusé de réception”, “ricevuta”).

Afigura-se estarmos aqui diante de um dever legal pós-contratual do prestador do serviço: ou seja, tal aviso não constitui uma formalidade “ad substantiam” ou pressuposto da formação do contrato eletrónico, o qual se deve considerar assim concluído com a ordem de encomenda emitida pelo consumidor destinatário, tratando-se antes de uma *formalidade “ad probationem” ulterior* a cargo do empresário prestador do bem ou serviço, imposta por razões de segurança

⁴² Repare-se que a determinação do momento da celebração ou perfeição contratual não é questão meramente académica, possuindo relevância para diversos efeitos da economia dos contratos eletrónicos (pense-se, por exemplo, no direito de desistência do consumidor, cujo prazo se conta a partir da data da celebração: cf. artigo 10.º, n.º 1, a) da LCCD).

⁴³ Qualificando também a ordem de encomenda como aceitação da proposta contratual, vide M. CARVALHO HOMEM, “A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico”, p. 23, in *Revista Electrónica de Direito*, 2013, n.º 1, pp. 1-49; A. MENEZES LEITÃO, “Comércio Eletrónico e Direito do Consumo”, p. 36, in *Liber Amicorum Mário Frota – A Causa dos Direitos dos Consumidores*, Coimbra, Almedina, 2012, pp. 31-39.

no comércio eletrónico e de tutela dos consumidores⁴⁴. Tal conclusão, não apenas é aquela que melhor se coaduna com as regras gerais relativas à formação dos contratos – cuja aplicação na contratação eletrónica parece ser de algum modo corroborada pelo artigo 32.º, n.º 2 da LCE, ao dispor que “o mero aviso de receção da ordem de encomenda não tem significado para a determinação do momento da conclusão do contrato” –, como é também a única que permite assegurar um modelo formativo uniforme e coerente – tendo presente, em especial, que nem sempre o aviso de receção da encomenda é exigido nos contratos B2C, mormente nos relativos ao comércio eletrónico direto (artigo 29.º, n.º 2 da LCE)⁴⁵.

6.5. Confirmação da encomenda

Finalmente, maiores são ainda porventura as perplexidades quanto à *confirmação da encomenda* – declaração recetícia emitida pelo consumidor na sequência do recebimento do aviso de receção da ordem de encomenda (artigos 29.º, n.º 5 e 31.º, n.º 2 da LCE). Tais perplexidades resultam do facto de este derradeiro momento do “iter” contratual constituir uma originalidade lusitana, sem paralelo na DCE, a que o legislador associou enigmaticamente o significado de “reiterar a ordem de encomenda” e tornar esta “definitiva” (artigo 29.º, n.º 5 da LCE).

A doutrina portuguesa encontra-se dividida quanto à natureza jurídica a atribuir-lhe: se alguns consideram tratar-se de um verdadeiro ato de aceitação contratual, de que dependeria a validade e perfeição do contrato⁴⁶, outros sustentam tratar-se do momento terminal de uma “facti-species” complexa dessa aceitação contratual (sistema do “duplo clique”, em que tal aceitação dependeria simultaneamente da ordem de encomenda e da confirmação)⁴⁷, e outros ainda veem nela uma condição suspensiva da eficácia do contrato (o qual, tendo-se por

⁴⁴ Convergentemente, C. FERREIRA ALMEIDA, *Contratos*, vol. I, Coimbra, Almedina, 2022, pp. 159 e s.; J. MORAIS CARVALHO, “Comércio Eletrónico e Protecção dos Consumidores”, p. 49, in *Themis - Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa*, 2006, vol. II, pp. 41-62; M. CARVALHO HOMEM, “A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico”, pp. 24 e ss., in *Revista Electrónica de Direito*, 2013, n.º 1, pp. 1-49; A. DIAS PEREIRA, “A Via Eletrónica da Negociação (Alguns Aspectos)”, p. 281, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2006-07, vol. 8, pp. 275-290. Em sentido oposto, sustentando tratar-se de uma formalidade necessária para a perfeição do contrato, P. COSTA SILVA, “Contratação Electrónica”, p. 188, in AA.VV., *Lei do Comércio Electrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 181-189; P. DIAS VENÂNCIO, “O Contrato Eletrónico e o Momento da sua Conclusão”, p. 72, in *Maia Jurídica - Revista de Direito*, 2006, vol. IV, pp. 61-76.

⁴⁵ Sublinhe-se que este dever legal de emissão do aviso de receção apenas existe no caso do comércio eletrónico indireto (em que os bens ou serviços objeto da encomenda eletrónica são fornecidos pelos canais físicos tradicionais, v.g., serviços postais), já sendo dispensado no comércio eletrónico direto. Sobre esta exclusão, vide ainda *infra* 10.2

⁴⁶ S. NÓBREGA PIZARRO, *Comércio Electrónico – Contratos Electrónicos e Informáticos*, Coimbra, Almedina, 2005, p. 82; V. CASTRO ROSA, “Contratação Electrónica”, in Ministério da Justiça, *Lei do Comércio Electrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 191-208; J. CALVÃO SILVA, *Banca, Bolsa e Seguros*, tomo I, Coimbra, Almedina, 2005, p. 101.

⁴⁷ M. ANTÓNIO PITA, “Notas Sobre o Regime da Contratação Electrónica, Internet, Direito e Tribunais”, p. 62 e ss., in *Sub Judice – Justiça e Sociedade*, 2006, vol. 35, pp. 57-70; P. COSTA SILVA, “Contratação Electrónica”, p. 187 e ss., in AA.VV., *Lei do Comércio Electrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 181-189; P. DIAS VENÂNCIO, “O Contrato Eletrónico e o Momento da sua Conclusão”, p. 72, in *Maia Jurídica - Revista de Direito*, 2006, vol. IV, pp. 61-76.

validamente celebrado com a ordem de encomenda, apenas produziria os seus efeitos após a confirmação)⁴⁸.

Em nossa opinião, e à semelhança do que vimos também suceder com o aviso de receção, a confirmação representa um *efeito* e não um pressuposto da formação dos contratos B2C, constituindo um ato “pós”-contratual do consumidor de reconhecimento ou atestação da conclusão contratual ocorrida com a ordem de encomenda, e não um ato “pré”-contratual de que depende essa conclusão⁴⁹: caso contrário, fosse de considerar que apenas com a confirmação do consumidor se teria por concluído o processo formativo contratual, tal implicaria conceder ao empresário a possibilidade de este retirar “motu proprio” qualquer sentido vinculativo útil à ordem de encomenda do consumidor e impedir a conclusão do contrato, bastando-lhe para tal não emitir o aviso de receção desta ordem⁵⁰.

A “ratio” deste dever legal é, de resto, nebulosa, afigurando-se tratar-se de uma formalidade complementar em larga medida inócua da perspectiva da segurança do comércio eletrónico e até da própria tutela do consumidor (salvo se lhe quisermos atribuir o significado de uma espécie de prazo suplementar de desistência ou “livre resolução contratual”, para além do já conferido em via geral ao consumidor pelo artigo 9.º, n.º 8 da LDC e pelo artigo 10.º da LCCD).

6.6. Confirmação do contrato

Relevantes são ainda – embora já no plano da execução, que não da formação contratual – as regras em sede da *confirmação da celebração* do contrato eletrónico de consumo (artigo 6.º da LCCD). Com efeito, apesar de o ciberconsumidor beneficiar de uma ampla tutela informativa na fase da negociação contratual⁵¹, o legislador preocupou-se em garantir a sua efetividade mesmo após a celebração do próprio contrato: é que se, por um lado, os elementos informativos pré-contratuais passam a constituir parte integrante do contrato de consumo (artigo 4.º, n.º 4 da LCCD), por outro, nem sempre os consumidores os conservam devidamente, tornando assim importante assegurar que estes continuam a ter acesso aos mesmos quando deles vierem porventura a necessitar.

Essa a razão que explica que o artigo 6.º da LCCD tenha imposto ao empresário o *dever de confirmar* a celebração do contrato (n.º 1), confirmação essa que se realiza justamente

⁴⁸ J. MORAIS CARVALHO, “Comércio Eletrónico e Protecção dos Consumidores”, pp. 50 e ss., in *Themis - Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa*, 2006, vol. II, pp. 41-62; A. DIAS PEREIRA, “Comércio Eletrónico e Consumidor”, pp. 355 e s., in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2004, vol. 6, pp. 341-400.

⁴⁹ Também neste sentido genérico, vide C. FERREIRA ALMEIDA, *Contratos*, vol. I, 7ª edição, Coimbra, Almedina, 2022, pp. 159 e s.; M. CARVALHO HOMEM, “A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico”, p. 29, in *Revista Electrónica de Direito*, 2013, n.º 1, pp. 1-49; SUSANA LARISMA, “Contratação Electrónica”, in AA.VV., *O Comércio Electrónico em Portugal, Quadro Legal e o Negócio*, Lisboa, Anacom, 2004, pp. 157-170; H. LANÇA SILVA, *Conclusão dos Contratos no Comércio Eletrónico*, Verbo Jurídico, 2007, p. 13.

⁵⁰ Onde também deflui que, em caso de omissão do dever de envio do aviso de receção da ordem de encomenda recebida do consumidor, esse incumprimento – que assim também impossibilita ou paralisa o subsequente envio de qualquer confirmação nos termos do artigo 29.º, n.º 5 da LCE – fará o empresário incorrer em responsabilidade contratual, e não pré-contratual. Num sentido diferente, J. CALVÃO SILVA, *Banca, Bolsa e Seguros*, tomo I, Coimbra, Almedina, 2005, p. 101.

⁵¹ Cf. *supra* 5.

mediante a entrega ao consumidor das informações pré-contratuais (n.º 2). Tal confirmação deve ser realizada em suporte duradouro (v.g., papel, chave USB, CD-ROM, DVD, cartões de memória, correio eletrónico, discos duros de computadores: cf. artigo 3.º, v) da LCCD), salvo se o profissional já tiver prestado essa informação antes da celebração do contrato em suporte idêntico⁵²; e deve ser realizada no prazo de cinco dias contados dessa celebração ou, no máximo, no momento da entrega do bem ou antes do início da prestação do serviço. O incumprimento desta obrigação constitui uma contraordenação económica grave, nos termos do artigo 31.º, n.º 2 da LCCD.

A confirmação do contrato, além de facilitar o conhecimento cabal dos termos contratuais e o exercício informado dos direitos contratuais (v.g., desistência do contrato), visa assegurar ao ciberconsumidor a manutenção de um importante meio de prova do conteúdo do contrato em caso de litígio de consumo (artigos 342.º e ss. do Código Civil, 5.º do Código do Processo Civil).

7. Extinção

Os contratos eletrónicos de consumo encontram-se sujeitos, em princípio, às causas gerais da cessação e extinção dos contratos (v.g., caducidade, revogação, denúncia). Todavia, tal como sucede hoje com a generalidade dos contratos de consumo, o traço distintivo do seu processo extintivo reside no *direito de desistência do ciberconsumidor*⁵³.

⁵² Por *suporte duradouro* entende-se qualquer instrumento que permita ao consumidor armazenar informações que lhe sejam pessoalmente dirigidas, de modo a que, no futuro, possa ter acesso fácil às mesmas durante um período de tempo adequado aos fins a que as informações se destinam e que permita a respetiva reprodução: estão aqui abrangidos, para além do papel, as chaves "Universal Serial Bus" (USB), vulgo "pen", os "Compact Disc Read-Only Memory" (CD-ROM), os "Digital Versatile Disc" (DVD), os cartões de memória, os discos rígidos do computador, os extratos impressos em terminais automáticos, e as mensagens em caixas de correio eletrónicas integradas em sítios da "internet" que permaneçam invioláveis e acessíveis ao consumidor. Sobre a noção de suporte duradouro, vide, na doutrina, MARIE DEMOULIN, "La Notion de 'Support Durable' dans les Contrats à Distance", in *Revue Européenne du Droit de la Consommation*, 2000, n.º 4, pp. 361-377; na jurisprudência, os Acórdãos do TJUE de 5-VI-2012 (*Content Services Ltd c. Bundesarbeitskammer*) – segundo o qual as hiperligações no sítio "internet" da empresa fornecedora nos contratos à distância não podem ser consideradas como suporte duradouro para estes efeitos (in: ECLI:EU:C:2012:419 [§ 51]) – e de 25-I-2017 (*BAWAG PSK Bank AG c. Verein für Konsumenteninformation*) – segundo o qual poderão ser qualificados como suporte duradouro os sítios "internet" que permitem ao consumidor armazenar as informações que lhe são pessoalmente dirigidas, desde que esteja garantida a sua permanente acessibilidade e inalterabilidade durante um período adequado de tempo e seja acompanhada de um comportamento ativo do prestador relativamente à sua existência (ECLI:EU:C:2017:38 [§§ 43 e ss.]).

⁵³ Sobre o direito de desistência nos contratos eletrónicos B2C, vide J. LEITE BARROS, "O Direito de Arrependimento nos Contratos Eletrónicos de Consumo como Forma de Extinção das Obrigações – Um Estudo de Direito Comparado Luso-Brasileiro", in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2018, vol. 14, pp. 117-183; E. DIAS OLIVEIRA, "Contratação Eletrónica e Tutela do Consumidor", in Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), *Estudos de Direito do Consumo*, vol. I, Coimbra, Almedina, 2023, pp. 831-850. Noutros quadrantes, H. SOSA OLÁN, *El Derecho de Desistimiento como Mecanismo Protector del Consumidor en la Contratación Electrónica*, Salamanca, Ed. Universidad Salamanca, 2015.

7.1. O direito de desistência

As razões que levaram o legislador a elevar tal direito a traço característico contratação de consumo⁵⁴ são especialmente verdadeiras no domínio dos contratos eletrónicos B2C. Mercê da “vis atrativa” única do comércio eletrónico e da facilidade desconcertante do processo negocial em linha, ao alcance de um simples clique num botão digital (“comprar” ou “ok”), os contratos eletrónicos correspondem frequentemente a compras realizadas por impulso (“impulse purchase”), precipitadas ou insuficientemente refletidas, em que o consumidor não teve contato direto nem com o vendedor nem com os produtos adquiridos, não procedeu ao exame físico prévio dos mesmos, e amiúde não tem consciência total dos termos contratuais, a começar pelo preço global efetivo.

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

7.2. Prazo de exercício

O consumidor tem o direito de desistir do contrato eletrónico B2C no *prazo de 14 dias* (artigo 10.º, n.º 1 da LCCD)⁵⁵. Trata-se de conceder ao consumidor um período de reflexão (“cooling-off period”, “delais de refléxion”) destinado a protegê-lo contra o mais elevado risco de precipitação inerente aos negócios celebrados em ambiente eletrónico ou virtual. Sendo aqui aplicáveis as regras gerais de contagem dos prazos previstas no Código Civil (artigos 279.º e 296.º), a LCCD estabeleceu diferentes datas de início dessa contagem consoante se trate de contratos relativos à compra e venda de bens (em que releva, em princípio, a data da entrega ou da posse física dos bens) ou contratos de serviços ou relativos ao fornecimento de água, gás ou eletricidade (em que releva a data da celebração contratual)⁵⁶.

Sublinhe-se que este prazo poderá ser alargado em 12 meses caso o empresário fornecedor de bens ou prestador de serviços não tenha informado o consumidor, antes da celebração do contrato, da existência, prazo e modo de exercício do direito de desistência, juntamente com a entrega do formulário respetivo (artigo 10.º, n.º 2 da LCCD), o qual será interrompido se e

⁵⁴ Sobre estas razões, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, “O Regime Geral da Contratação de Consumo”, pp. 157 e ss., in *Anuário do Nova Consumer Lab – Yearbook of the Nova Consumer Lab*, 2020, n.º 2, pp. 123-163.

⁵⁵ Trata-se de um prazo legal mínimo, podendo as partes fixar convencionalmente um prazo mais amplo (artigo 10.º, n.º 5 da LCCD).

⁵⁶ Sendo um prazo estabelecido em favor do consumidor, nada impede que desista do contrato mesmo antes de os bens chegarem à sua posse ou possa recusar tomar posse destes. Por exemplo, se, após encomendar um produto ao empresário A, o consumidor encontrar uma melhor oferta no mercado junto do empresário B, dever-lhe-á ser lícito notificar A do exercício do seu direito de desistência mesmo antes de aquele lhe ter sido entregue ou até recusar essa entrega, v.g., informando A que não levantará a encomenda no local de entrega convencionado (v.g., balcão do estabelecimento, posto dos correios).

quando o empresário cumprir tais obrigações de informação e entrega, começando então a correr novo prazo de 14 ou 30 dias (artigo 10.º, n.º 3 da LCCD).

7.3. Modalidades

O direito de desistência contratual pode ser exercido pelo consumidor através de várias alternativas.

Caso o empresário fornecedor de bens ou prestador de serviços disponha no seu sítio na “internet” de uma funcionalidade que permita a livre resolução por via eletrónica, o consumidor poderá exercer o seu direito mediante *declaração eletrónica de resolução* realizada nesse sítio: sublinhe-se que, em tal caso, o empresário deverá enviar ao consumidor o respetivo aviso de receção em suporte duradouro no prazo de 24 horas (artigo 11.º, n.º 4 da LCCD).

No caso de tal funcionalidade não existir, o consumidor pode desistir do contrato mediante qualquer *declaração inequívoca* de desistência através da qual este comunique ao empresário a decisão de cessar o contrato (v.g., carta, contacto telefónico, correio eletrónico, devolução do bem acompanhada de manifestação de vontade de retratação: cf. artigo 11.º, n.ºs 1 e 2 da LCCD) ou através do envio ao empresário do *modelo de “Livre Resolução”* devidamente preenchido (artigo 11.º, n.º 1 e parte B do anexo da LCCD).

O ónus da prova do exercício do direito de desistência compete ao consumidor (artigo 11.º, n.º 5 da LCCD, artigo 342.º, n.º 1 do Código Civil): assim sendo, no caso de não optar pela primeira das vias ou esta não estar disponível (a qual lhe assegura diretamente um comprovativo eletrónico de receção), o consumidor terá assim vantagem em enviar as referidas declarações ou modelo-formulário através de carta registada com aviso de receção ou por correio eletrónico com aviso de leitura.

7.4. Natureza

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

Nos contratos sobre bens, o direito terá uma *eficácia resolutiva*, ou seja, o contrato celebrado é válido e eficaz entre as partes, vendo os seus efeitos extinguir-se com o exercício tempestivo daquele direito por parte do consumidor: tal significa que, tratando-se de uma compra e venda, o consumidor se torna proprietário do bem (artigo 408.º, n.º1 do Código Civil) e o risco passa

a correr por sua conta (artigo 796.º, n.º 1 do Código Civil), podendo utilizar o bem com os ónus previstos no artigo 14.º da LCCD⁵⁷.

Já nos contratos sobre serviços, o direito terá uma *eficácia suspensiva*, ou seja, o contrato será originariamente ineficaz, vindo os seus efeitos suspensos até ao termo do prazo legal sem que sobrevenha o respetivo exercício por parte do consumidor (artigo 15.º, n.º 1, “a contrario sensu”, da LCCD): a lei permite todavia ao consumidor evitar este resultado, exigindo ao empresário o cumprimento imediato do contrato mediante pedido expresso em suporte duradouro (artigo 15.º, n.ºs 1 e 7 da LCCD)⁵⁸, sem perder o seu direito de desistência (exceto se o serviço já tiver sido integralmente prestado: cf. artigo 15.º, n.º 1 da LCCD) e sem custos adicionais (artigo 15.º, n.º 5 da LCCD), embora naturalmente sujeito ao pagamento de um montante proporcional aos serviços efetivamente prestados até ao momento do exercício desse direito (artigo 15.º, n.ºs 3 e 4 da LCCD).

7.5. Efeitos

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

Assim, o empresário terá o *dever de reembolsar o consumidor* de todos os montantes recebidos (incluindo os custos adicionais de entrega: cf. artigo 12.º, n.ºs 2 e 3 da LCCD), no prazo de 14 dias após o conhecimento da desistência contratual e mediante utilização de meio de pagamento idêntico ao utilizado na transação inicial (artigo 12.º, n.º 2 da LCCD), sob pena de ficar sujeito a uma obrigação de reembolso em dobro e eventual obrigação de indemnização (artigo 12.º, n.º 6 da LCCD)⁵⁹. Em contrapartida, o consumidor terá o *dever de devolver os bens ao empresário* ou a terceiro autorizado para o efeito no prazo de 14 dias após a comunicação da sua desistência contratual (artigo 13.º, n.º 1 da LCCD), estando obrigado a conservar os bens nas devidas condições de utilização de modo a não incorrer em qualquer responsabilidade (artigo 13.º, n.ºs 3 e 4 da LCCD)⁶⁰ e, em princípio, a suportar os custos da

⁵⁷ Sobre estes ónus, vide C. LACERDA BARATA, “Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial”, p. 97, in *Estudos do Instituto de Direito do Consumo*, 2017, vol. V, pp. 41-127.

⁵⁸ Esta faculdade foi prevista pelo legislador com vista a assegurar a plena consecução dos fins subjacentes ao próprio direito de desistência no âmbito dos contratos de prestação de serviços, já que, ficando o contrato suspenso durante o decurso do prazo legal, o consumidor não terá possibilidade de avaliar o serviço prestado por forma a poder decidir sobre o seu interesse em manter ou desistir do contrato celebrado.

⁵⁹ Sobre esta obrigação de reembolso em dobro, vide o Acórdão da Relação do Porto de 27.IV.2015 (CARLOS GIL), segundo o qual tal obrigação tem carácter sancionatório da mora do obrigado à devolução, dependendo dos pressupostos gerais do nascimento da obrigação de indemnização, salvo no que respeita à demonstração da existência e extensão do dano, que são legalmente ficcionadas pela própria lei em montante igual ao da devolução (in: <www.dgsi.pt>).

⁶⁰ No Acórdão do TJUE de 3.IX.1993 (*Pia Messer c. Firma Stefan Krüger*) foi considerado que uma regulamentação nacional que imponha ao consumidor o ónus da prova de que não utilizou esse bem durante o prazo do direito de desistência, de uma forma que fosse além do necessário ao exercício útil deste, afetaria adversamente a eficácia e a efetividade desse mesmo direito (in: ECLI:EU:C:2009:502 [§ 27]).

respetiva devolução – exceto no caso de acordo das partes em sentido contrário ou de omissão de informação prévia por parte do empresário (artigo 13.º, n.º 2 da LCDD)⁶¹.

Aspeto relevante é que o cumprimento destes deveres das partes contratantes está sujeito ao princípio geral da *boa fé* (artigo 9.º, n.º 1 da LDC, artigos 334.º e 762.º, n.º 2 do Código Civil), e sendo sinalagmáticos, à regra geral da *exceção de não cumprimento* (artigo 428.º do Código Civil): nem o consumidor terá a obrigação de devolução do bem enquanto o profissional não reembolsar o pagamento efetuado, nem este terá a obrigação de reembolso enquanto aquele se recusar a restituir-lhe o bem fornecido⁶².

Ao lado destes efeitos principais, o direito de desistência envolve outros efeitos secundários: entre eles, destacam-se a resolução automática dos *contratos acessórios* do contrato eletrónico B2C (v.g., contrato de financiamento ou de seguro da aquisição, de instalação ou manutenção, garantia comercial adicional: cf. artigo 3.º, g) da LCDD), não havendo lugar, em princípio, ao pagamento de qualquer indemnização ou de quaisquer encargos (artigo 16.º da LCDD); e as obrigações especiais do empresário em matéria *dos dados pessoais do consumidor* à luz das regras do RGPD (artigo 13.º, nos 7 a 11 da LCDD, artigo 36.º, nos 3 a 5 da LVBC).

7.6. Exceções

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

Entre algumas das mais relevantes no âmbito dos contratos eletrónicos, podem citar-se os casos dos bens confeccionados de acordo com especificações do consumidor ou manifestamente personalizados, v.g., mobiliário especial fabricado a partir do catálogo do fabricante (artigo 17.º, n.º 1, c) da LCDD)⁶³; de bens selados não suscetíveis de devolução, por motivos de proteção da saúde ou de higiene quando abertos após a entrega, v.g., produtos cosméticos (artigo 17.º, n.º 1, d) da LCDD)⁶⁴; das gravações áudio ou vídeo seladas ou de programas informáticos selados, a que o consumidor tenha retirado o selo de garantia de inviolabilidade após a entrega, v.g., CD, DVD, “software” (artigo 17.º, n.º 1, h) da LCDD); dos serviços de

⁶¹ O regime das obrigações de empresário e consumidor está sujeito a regras especiais no caso dos contratos que tenham por objeto prestações de serviços (artigo 15.º da LCDD).

⁶² Sobre a boa fé nas relações jurídicas de consumo, vide MIRELLA CALDEIRA, “A Boa-Fé Objetiva como Princípio Norteador das Relações de Consumo”, in *Revista da Faculdade de Direito da Universidade Metodista*, 2005, n.º 2, pp. 193-217; R. ROSADO JÚNIOR, “A Boa-Fé na Relação de Consumo”, in *Revista de Direito do Consumidor*, 1995, vol. 14, pp. 20-27.

⁶³ De acordo com a jurisprudência europeia, esta exceção é aplicável independentemente de o empresário ter ou não já começado a trabalhar na encomenda do consumidor (Acórdão do TJUE de 21-X-2020 (*Möbel Kraft GmbH & Co. KG c. ML*), in: ECLI:EU:C:2020:846 [§§ 27 a 29]) mas já não se aplica aos contratos de prestação de serviços que conduzam a resultados tangíveis (Acórdão do TJUE de 14-V-2020 (*NK c. MS e AS*), in: ECLI:EU:C:2020:382 [§§ 58 e 59]).

⁶⁴ O Acórdão do TJUE de 27-III-2019 (*Slewo c. Sascha Ledowski*) decidiu que esta exceção deverá ser aplicada caso a caso em função da natureza dos bens, admitindo que em determinadas vendas em linha o consumidor mantenha o seu direito de desistência do contrato mesmo quando tenha removido a selagem do bem comprado, exceto quando com tal remoção o bem deixar de estar definitivamente em condições de ser comercializado por motivos de proteção da saúde ou de higiene (in: ECLI:EU:C:2018:1041 [§ 40]).

alojamento, para fins não residenciais, transporte de bens, aluguer automóvel, restauração ou serviços relacionados com atividades de lazer com data ou período de execução específicos, v.g., reservas de hotéis, de casas de férias, de ingressos em eventos culturais ou desportivos (artigo 17.º, n.º 1, k) da LCCD)⁶⁵; ou dos conteúdos digitais sempre que o empresário tenha confirmado a celebração do contrato e a execução deste se tenha iniciado com o consentimento prévio e expresso do consumidor que revele o conhecimento deste relativamente à perda do seu direito a desistir (artigos 6.º, 10.º, n.º 1, c), 15.º, n.º 5, b) e 17.º, n.º 1, l) da LCCD)⁶⁶.

8. Forma e prova

No plano da *forma* e da *prova* das declarações de vontade dos contraentes, cumpre sublinhar os princípios da equivalência e progressiva neutralidade das formas (físicas ou eletrónicas) dos negócios jurídicos que decorrem da já citada Lei dos Documentos Eletrónicos (LDE), aprovada pelo Decreto-Lei n.º 12/2021, de 9 de fevereiro⁶⁷.

8.1. Documento eletrónico

Designa-se por *documento eletrónico* “qualquer conteúdo armazenado em formato eletrónico, nomeadamente texto ou gravação sonora, visual ou audiovisual” (artigo 3.º, 35) do Regulamento UE/910/2014): para o comum dos casos, e dito de um modo muito simples, o documento eletrónico é basicamente um documento criado através de um computador, “rectius”, que é criado, armazenado, processado e transmitido em suporte e linguagem informática, acessível em linguagem humana⁶⁸.

⁶⁵ Cf. J. MORAIS CARVALHO, “Contrato para Assistência a Espetáculo Desportivo”, in *Desporto & Direito – Revista Jurídica do Desporto*, 2011, vol. VIII, pp. 355-387. Na jurisprudência, vejam-se os Acórdãos do TJUE de 10-III-2005 (*easyCar (UK) Ltd c. Office of Fair Trading*) – que considerou esta exceção aplicável à disponibilização de meio de transporte ao consumidor (in: ECLI:EU:C:2005:150 [§§ 26 e 31]) – e de 31-III-2022 (*DM c. CTS Eventim AG & Co. KGaA*) – que considerou esta exceção também aplicável aos contratos celebrados através de intermediários (in: ECLI:EU:C:2022:238 [§ 55]).

⁶⁶ Sustentando uma interpretação restritiva desta exceção, vide o Acórdão do TJUE de 8-X-2020 (*EU c. PE Digital GmbH*), in: ECLI:EU:C:2020:808 [§§ 41 a 46].

⁶⁷ Que veio dar execução ao Regulamento UE/910/2014, de 23 de julho, relativo à identificação eletrónica e aos serviços de confiança para as transações eletrónicas no mercado interno. Sobre a forma dos contratos eletrónicos, vide M. PUPO CORREIA, “Comércio Electrónico: Forma e Segurança”, in AA.VV., *As Telecomunicações e o Direito na Sociedade da Informação*, Coimbra, IJC, 1999, pp. 223-258; S. NÓBREGA PIZARRO, *Comércio Electrónico – Contratos Electrónicos e Informáticos*, Coimbra, Almedina, 2005, pp. 76 e ss. Noutros quadrantes, LUCIO MOSCARINI, “Formalismo Negoziale e Documento Informatico”, in *Studi in Onore a Pietro Rescigno*, vol. V, Milano, Giuffrè, 1998, pp. 1045-1070; R. ILLESCAS ORTIZ, *Derecho de la Contratación Electrónica*, Madrid, Civitas, 2000; FRANCESCO STALLONE, “La Forma dell’Atto Giuridico Elettronico”, in *Contratto e Impresa*, 1990, Ano 6, 756-778.

⁶⁸ Tornou-se ainda comum distinguir entre documentos eletrónicos em sentido estrito – que são aqueles que, sendo criados através de computador, apenas são acessíveis através deste (v.g., ficheiros em memória RAM, em discos magnéticos ou óticos) – e documentos eletrónicos em sentido amplo ou impróprio – também conhecidos por documentos informáticos, que são aqueles reproduzíveis em suporte de papel ou equivalente pelos órgãos periféricos do computador (“maxime”, impressora). Sobre os documentos eletrónicos, vide ainda GIUSELLA FINOCCHIARO, “Documento Elettronico”, in *Contratto e Impresa*, 1994, Ano 10, pp. 433-450; DANIELA TAGLINO, *Il Valore Giuridico del Documento Elettronico*, Roma, Dissertação, 1996.

Há aqui vários aspetos a salientar. Desde logo, importa deixar claro que os documentos eletrónicos são verdadeiros *documentos*: ao afirmar que tais documentos satisfazem o requisito legal da forma escrita “quando o seu conteúdo seja suscetível de representação como declaração escrita” (artigo 3.º, n.º 1 da LDE), este preceito significa que as declarações negociais em suporte e formato eletrónico serão documentos no sentido do artigo 363.º, n.º 1 do Código Civil⁶⁹. Depois ainda, os documentos eletrónicos assinados podem ter *força probatória plena*: com efeito, nos termos do n.º 3 do citado artigo 3.º, “quando lhe seja aposta assinatura eletrónica qualificada, o documento com o conteúdo referido no número 1 tem força probatória de documento particular assinado, nos termos do artigo 376.º do Código Civil”. Em via geral, como é sabido, a assinatura dos documentos constitui um requisito de enorme importância, já que os documentos assinados possuem uma força probatória material e plena quanto às declarações do seu autor (artigo 376.º do Código Civil)⁷⁰. Ora isto é também verdade para os documentos eletrónicos: a assinatura eletrónica qualificada é equivalente à assinatura autógrafa dos documentos escritos em suporte físico (artigo 3.º, n.º 2 da LDE), tendo como consequência terem-se como plenamente provadas todas as declarações constantes do documento, sem prejuízo da arguição e prova da respetiva falsidade⁷¹. Finalmente, em relação aos demais documentos eletrónicos a que faltem todos ou algum desses requisitos legais (v.g., falta de assinatura eletrónica, aposição de assinatura eletrónica não qualificada, certificado caduco ou suspenso), valerá o princípio da *livre apreciação da prova pelo julgador*: com efeito, nos termos dos n.ºs 4 e 10 do mencionado artigo 3.º da LDE, o valor probatório destes documentos “é apreciado nos termos gerais do direito”, remetendo assim para o regime geral relativo aos documentos particulares não assinados, cuja força probatória é “apreciada livremente pelo tribunal” (artigo 366.º do Código Civil)⁷².

8.2. Relevância

Nos termos da própria LCE, “é livre a celebração de contratos por via eletrónica, sem que a validade ou eficácia destes seja prejudicada pela utilização deste meio” (artigo 25.º, n.º 1).

⁶⁹ Tratamos aqui dos documentos escritos, diretamente pertinentes à contratação de consumo, dado que os documentos não escritos, físicos (v.g., fotografias, registos fonográficos) ou eletrónicos (v.g., ficheiros informáticos de áudio, de imagem), se encontram sujeitos a um regime próprio: cf. artigo 3.º, n.º 6 do Decreto-Lei n.º 12/2021, de 9 de fevereiro, e artigo 368.º do Código Civil.

⁷⁰ Sobre o sentido e o alcance desta força probatória plena, vide J. ANTUNES VARELA/ J. MIGUEL BEZERRA/ SAMPAIO NORA, *Manual de Processo Civil*, 2ª edição, Coimbra, Coimbra Editora, 1985, p. 523.

⁷¹ Sobre a prova eletrónica, vide FRANCISCO ANDRADE/ MARINA SILVA, “O Documento Eletrónico: Suporte e Formato”, in *Revista da Ordem dos Advogados*, 2021, Ano 81, pp. 599-624; PEDRO LACERDA, “A Prova por Documentos Eletrónicos”, in *Cadernos de Direito Privado*, 2016, n.º 54, pp. 11-28; J. MARQUES MARTINS, “Documentos Eletrónicos e Meios de Prova”, in AA.VV., *Código Civil: Livro do Cinquentenário*, vol. I, Coimbra, Almedina, 2019, pp. 795-824; A. RIBEIRO MENDES, “Valor Probatório dos Documentos Emitidos por Computador”, in *Documentação e Direito Comparado*, 1991, n.º 47/48, pp. 487-527.

⁷² As cópias de documentos eletrónicos, sobre idêntico ou diferente tipo de suporte que não permita a verificação e validação das assinaturas eletrónicas ou dos selos eletrónicos, são válidas e eficazes, sendo-lhes atribuída a força probatória própria das cópias fotográficas nos termos gerais do artigo 387.º, n.º 2 do Código Civil (artigo 3.º, n.º 11 da LDE).

É sabido que, relativamente aos contratos civis (artigo 219.º do Código Civil) e comerciais (artigo 3.º do Código Comercial), vigora o princípio geral da liberdade de forma, ou consensualismo, segundo o qual a validade das declarações negociais não está sujeita a qualquer forma especial, podendo a vontade das partes ser exteriorizada por qualquer via juridicamente relevante. O referido preceito veio assim estabelecer, ao lado dos veículos ou suportes tradicionais das declarações negociais (via oral, documento escrito), a *relevância da forma eletrónica* para efeitos da contratação eletrónica (já de algum modo decorrente, aliás, dos artigos 3.º e 6.º da LDE) e, conseqüentemente, a equiparação dos contratos tradicionais e eletrónicos (cf. também artigo 9.º da DCE): pelo que, sempre que o concreto negócio eletrónico não esteja sujeito a uma forma especial imposta por lei e ressalvados certos casos excecionais (v.g., contratos reais sobre imóveis, etc.: cf. artigo 25.º, n.º 2 da LCE), as suas validade e eficácia ficam dependentes apenas da observância dos restantes requisitos materiais de celebração (partes, objeto, consentimento, etc.)⁷³.

Ainda nos termos da mesma LCE, “as declarações emitidas por via eletrónica satisfazem a exigência legal de forma escrita quando contidas em suporte que ofereça as mesmas garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação” (artigo 26.º, n.º 1).

Tal significa agora que as declarações contidas em documento eletrónico que reúnam tais garantias (“maxime”, documento com assinatura eletrónica qualificada) *preenchem integralmente o requisito legal de forma escrita*, cominado pela lei (forma legal) ou pelas partes (forma convencional) para a formação contratual. Além disso, tenha-se ainda em conta que os legisladores português e europeu reforçaram o valor jurídico do documento mediante a possibilidade de aposição de um “selo eletrónico” – que faz presumir a origem e a integridade do documento eletrónico (artigo 3.º, n.º 7 da LDE, artigo 35.º do Regulamento UE/910/2014) – e de um “selo temporal” – que faz presumir a exatidão da data e hora da sua feitura (artigo 3.º, n.º 8 da LDE, artigo 41.º do Regulamento UE/910/2014) –, além de se preverem disposições relevantes em sede da comunicação de documentos eletrónicos (no caso de existência de convenção, expressa ou tácita, de endereço eletrónico: cf. artigo 6.º, n.ºs 1 e 2) e da equiparação das assinaturas eletrónicas às assinaturas autógrafas (permitindo integrar as normas, muito abundantes na lei positiva e em contratos duradouros, que exigem comunicações por carta registada sem ou com aviso de receção: cf. artigo 6.º, n.º 3, ambos da LDE).

⁷³ Como refere J. VEGA VEGA, “encontramo-nos diante de uma nova forma de manifestação (transmissão) do consentimento, que não é nem a voz (contrato oral) nem um escrito (contrato escrito)”, falando então de “um princípio de equivalência funcional” entre os suportes eletrónicos e os demais suportes tradicionais (“La Forma en el Negocio Jurídico Electrónico”, in *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, 2011, vol. 23, pp. 125-163). Cf. ainda H. LANÇA SILVA, *Conclusão dos Contratos no Comércio Eletrónico*, Verbo Jurídico, 2007, p. 5.

8.3. Convenções probatórias

Por último, saliente-se que, sem prejuízo dos limites imperativos decorrentes da LCCG, as partes dos contratos B2C têm a faculdade de incluir nos seus contratos *convenções em matéria probatória*, atribuindo valor de prova plena a documentos eletrónicos que não preencham tais requisitos, mormente conferindo tal valor a outras modalidades de assinatura eletrónica (v.g., mera assinatura digitalizada), a outras entidades certificadoras (v.g., entidades estrangeiras não reconhecidas oficialmente em Portugal) ou quaisquer outros meios de prova (v.g., acesso mediante “password” no âmbito de contratação bancária “online”) (artigo 3.º, n.º 9 da LDE).

9. O caso particular das plataformas eletrónicas

9.1. Noções gerais

Designam-se genericamente por *plataformas eletrónicas* – também conhecidas como plataformas digitais (“digital platforms”), mercados eletrónicos (“e-marketplaces”) ou mercados em linha (“online markets”) – as infraestruturas tecnológico-informáticas destinadas à realização de transações em linha entre empresas e consumidores para os mais variados tipos de bens ou serviços⁷⁴. As plataformas digitais constituem um fenómeno típico do mundo do comércio eletrónico, partilhando com este o seu carácter económico pujante e a sua fragmentária regulação jurídica.

É sabido que, com o advento do *comércio eletrónico*, uma parte sempre crescente dos contratos de consumo são negócios formados, celebrados e até cumpridos “online” através de plataformas digitais. Tais plataformas são muito diversas, incluindo motores de busca (“Google”, “Yahoo!”), redes sociais (“Facebook”, “Twitter”, “Instagram”), plataformas de economia colaborativa (“Airbnb”, “Uber”, “Kickstarter”, “Glovo”), plataformas de comércio eletrónico (“Amazon”, “Alibaba”, “Ebay”, “OLX”, “Custo Justo”), instrumentos de comparação (“Booking”, “Tripadvisor”, “Trivago”) e lojas de aplicações (“Apple App Store”, “Google Play”). Encontrando-se construídas sobre aplicações informáticas inovadoras que correm na “internet”, acessíveis através de dispositivos fixos ou móveis (v.g., “smartphones”) e utilizando tecnologias de glocalização (“maxime”, GPS), tais plataformas permitem o encontro de oferta e procura de forma praticamente imediata (em tempo real) e económica (com reduzidos custos de transação), disponibilizando assim à generalidade dos consumidores uma enorme gama de

⁷⁴ Sobre a figura numa perspetiva consumerista, entre muitos, vide R. COSTA BABO, “A Intermediação das Plataformas Eletrónicas nos Contratos Celebrados com Consumidores”, in M. GUIMARÃES/ R. PEDRO/ M. REDINHA (coord.), *Direito Digital*, Porto, CIJE/FDUP, 2021, pp. 291-337; J. CAMPOS CARVALHO, *Os Contratos Celebrados Através de Mercados em Linha*, Lisboa, Diss., 2023; J. CAMPOS CARVALHO, “Online Platforms: Concept, Role in the Conclusion of Contracts and Current Legal Framework in Europe”, in *Cuadernos de Derecho Transnacional*, 2020, n.º 12, pp. 863-874; M. RAQUEL GUIMARÃES, “As Plataformas “Colaborativas” enquanto Prestadoras de Serviços da Sociedade de Informação – Reflexões à luz da Lei do Comércio Eletrónico e Desenvolvimentos Recentes”, in M. Carvalho/ A. Gonçalves (coord.), *Economia Colaborativa*, Braga, UMinho Editora, 2023, pp. 468-498.

produtos e serviços, incluindo alimentação, transporte, turismo, alojamento, compra e venda, leilões, investimento, diversões, serviços diversos, entre muitos outros⁷⁵.

A *regulação jurídica* das plataformas eletrónicas é, todavia, ainda bastante incipiente, encontrando-se em pleno processo de desenvolvimento. Entre as disposições legais dispersas mais relevantes, podem citar-se, a nível nacional, as previstas na LCE (Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de janeiro), na LComunE (Lei n.º 166/20222, de 16 de agosto), e na LVBC (Decreto-Lei n.º 84/2021, de 18 de outubro); e, a nível europeu, na DCE (Diretiva 2000/31/CE, de 8 de junho), no RSD (Regulamento UE/2022/2065, de 19 de outubro) e no RMD (Regulamento UE/2022/1925, de 14 de setembro), além de outros diplomas (“maxime”, Diretiva UE/2015/1535, de 9 de setembro, relativa ao procedimento de informação no domínio das regras e regulamentações técnicas dos serviços da sociedade de informação).

Nos termos da LCE, as plataformas eletrónicas constituem um *serviço da sociedade de informação*: com efeito, encontramos-nos diante de serviços prestados à distância (isto é, sem intermediação presencial das partes) e por via eletrónica (isto é, efetuado desde a origem ao destino através do processamento e armazenamento eletrónico de dados) mediante remuneração (ou pelo menos no âmbito de uma atividade económica) na sequência de pedido individual do destinatário ou utilizador (artigo 3.º, n.º 1 da LCE)⁷⁶. Os prestadores de serviços da sociedade da informação, em geral, e as próprias plataformas eletrónicas em particular, são extremamente diversos, sendo possível identificar, pelo menos, *dois tipos ou modelos fundamentais*.

Por um lado, temos as plataformas eletrónicas *próprias ou internas*, cuja titularidade e exploração é detida pelas empresas fornecedoras dos bens ou prestadoras dos serviços: a atividade destas plataformas constitui fundamentalmente um modelo de negociação direta em linha ou um canal de distribuição em linha daqueles bens e serviços (“online”), alternativo ao modelo tradicional (negociação presencial) ou a outros modelos à distância (v.g., negociação por correspondência, telefone, televenda). Por outro lado, temos as plataformas eletrónicas *intermediadas ou externas*, cuja titularidade e exploração é detida por terceiras empresas especializadas cuja função é criar um “mercado em linha”, ou seja, providenciar um espaço digital de encontro entre a oferta e a procura de bens e serviços: a atividade destas plataformas configura-se assim basicamente como uma atividade de intermediação nas relações entre as empresas fornecedoras de bens e serviços, por um lado, e os respetivos

⁷⁵ Para uma visão geral, cf. T. HERAS BALLELL, *El Régimen Jurídico de los Mercados Electrónicos Cerrados (E-Marketplaces)*, Madrid, Marcial Pons, 2006; FABIO BASSAN, *Digital Platforms and Global Law*, Cheltenham, E. Elgar Publishing, 2021; ALFONSO CONTALDO, *Profili Giuridici e Tecnologici del Nuovo Ecosistema*, Milano, Pacina Giuridica, 2021; ANTONIO MANGANELLI/ ANTONIO NICITA (eds.), *Regulating Digital Markets: The European Approach*, Cham, Springer International Publishing, 2022; P. JARNE MUÑOZ, *Economía Colaborativa y las Plataformas Digitales*, Madrid, Editorial Reus, 2019; MARK HARWARDT/ VANESSA HASELHOFF, *Digitale Plattformen und Marktplätze: Grundlagen plattformbasierter Geschäftsmodelle*, Wiesbaden, Springer Fachmedien, 2022.

⁷⁶ Cf. ainda as noções previstas no artigo 2.º, a) da DCE ou no artigo 1.º, b) da Diretiva UE/2015/1535, de 9 de setembro. Sobre o conceito de serviço da sociedade de informação, vide A. DIAS PEREIRA, *Serviços da Sociedade da Informação: Alguns Problemas Jurídicos do Comércio Eletrónico na Internet*, Lisboa, FDUNL, 2001; MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, *Lei do Comércio Eletrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 24 e ss.; FERNANDA REBELO, “O Comércio Eletrónico e os Novos Desafios da Era Digital à luz da Diretiva Europeia 2000/31/CE”, in *Revista Jurídica Advocatus*, 2018, n.º 11, pp. 42-95.

consumidores e clientes, por outro⁷⁷. Tratando-se de um fenómeno económico multifacetado, com relevância transversal em múltiplos setores do Direito Comercial – “maxime”, o direito da concorrência, o direito da propriedade industrial, o direito dos contratos comerciais, e o direito do comércio eletrónico –, interessam-nos aqui em particular, naturalmente, as incidências jusconsumeristas das plataformas eletrónicas intermediadas ou externas, habitualmente designadas plataformas digitais ou em linha.

O Regulamento dos Serviços Digitais de 2022 (RSD) veio instituir um regime jurídico europeu harmonizado para os serviços intermediários no âmbito da sociedade de informação: as plataformas eletrónicas são aí qualificadas como um *tipo* ou categoria fundamental dos *serviços intermediários* da sociedade da informação, obedecendo a respetiva regulação jurídica ao objetivo geral de criação de um ambiente em linha seguro e fiável tendo em vista também a proteção dos direitos dos consumidores (artigos 1.º, n.º 1 e 3.º, n.º 1 do RSD).

Com efeito, nos termos do artigo 3.º, g) do RSD, consideram-se *serviços intermediários* os serviços de simples transporte (“mere conduit”), de armazenagem temporária (“caching”) e de alojamento virtual (“hosting”). Por seu turno, nos termos dos artigos 3, g) (iii) e 6.º do RSD, os *serviços de alojamento virtual* definem-se como os serviços de armazenagem de informações prestadas por um destinatário do serviço e a pedido do mesmo: ora, neste contexto, o legislador veio definir como plataforma eletrónica ou digital – que designou por “*plataforma em linha*” – “o serviço de alojamento virtual que, a pedido de um destinatário do serviço, armazene e difunda informações ao público, a menos que essa atividade seja um elemento menor e meramente acessório de outro serviço ou uma funcionalidade menor do serviço principal e que, por razões objetivas e técnicas, não possa ser utilizado sem esse outro serviço, e que a integração desse elemento ou dessa funcionalidade no outro serviço não constitua uma forma de contornar a aplicabilidade do presente regulamento” (artigo 3.º, i) do RSD).

9.2. A tutela do consumidor

Desta qualificação resulta para as empresas titulares das plataformas eletrónicas⁷⁸ um conjunto de deveres e obrigações especiais⁷⁹, que são especialmente relevantes para a tutela

⁷⁷ Sobre as categorias ou espécies de plataformas eletrónicas, vide M. RAQUEL GUIMARÃES, “As Plataformas “Colaborativas” enquanto Prestadoras de Serviços da Sociedade de Informação”, pp. 474 e ss., in M. Carvalho/A. Gonçalves (coord.), *Economia Colaborativa*, Braga, UMinho Editora, 2023, pp. 468-498.

⁷⁸ Os titulares das plataformas eletrónicas são quase invariavelmente *empresas*, algumas delas multinacionais (“Google”, “Amazon”, “Facebook”, “Booking”, “Aliexpress”, “Youtube”, “Ebay”, etc.) – razão pela qual nos referiremos a elas doravante como empresas titulares ou operadoras de plataformas eletrónicas. Importa salientar, a este respeito, que estes deveres variam em função da respetiva dimensão empresarial. Por um lado, nos termos dos artigos 19.º e 29.º do RSD, estão excluídas do âmbito de aplicação deste regime especial as *micro ou pequenas empresas* titulares de plataformas em linha: aqui se incluem, respetivamente, as empresas que empregam menos de 10 ou 50 pessoas e cujo volume de negócios ou balanço total anual não excede os 2 ou 10 milhões de euros (cf. Recomendação da Comissão 2003/361/CE, de 6 de maio, Decreto-Lei n.º 372/2007, de 6 de novembro). Por outro lado, nos termos dos artigos 33.º e ss. do RSD, encontram-se previstos deveres especiais para as *empresas que operam plataformas de muito grande dimensão* (VLOPs, na sigla inglesa): aqui se incluem as empresas que têm um número médio mensal de destinatários ativos do serviço na União igual ou superior a 45 milhões (artigo 33.º, n.º 1 do RSD).

⁷⁹ Para além destas obrigações especiais, importa ainda ter presente a sujeição das empresas operadoras de plataformas aos deveres comuns de diligência dos prestadores de serviços intermediários em geral (artigos 11.º

dos consumidores ou usuários das mesmas e que se encontram essencialmente previstos nos artigos 19.º a 32.º do RSD. Tais deveres podem ser agrupados em dois planos essenciais: deveres relativos à *organização, funcionamento e responsabilidade geral* das plataformas (artigos 19.º a 28.º) e deveres relativos às plataformas que permitem *celebrar contratos com consumidores* (artigos 29.º a 32.º).

O primeiro grupo de disposições impõe aos operadores das plataformas uma panóplia de deveres que conferem uma tutela direta ou indireta aos potenciais consumidores ou usuários de transações em linha de produtos e serviços. Entre estes, devem destacar-se os seguintes:

(i) a instituição de um *sistema interno de gestão de reclamações* dos utentes da plataforma (artigo 20.º do RSD)⁸⁰ e a obrigação de predispor em favor dos utentes afetados um *sistema de resolução extrajudicial de litígios* independente e devidamente certificado, nomeadamente dos que não tenham podido ser resolvidos satisfatoriamente através do sistema interno de reclamações (artigo 21.º do RSD)⁸¹;

(ii) a cooperação com os *senalizadores de confiança* (“trusted flaggers”), que são entidades devidamente certificadas e com competências específicas na luta contra os conteúdos ilegais em linha (artigo 22.º), além de mecanismos de proteção contra a *utilização abusiva* das plataformas (artigo 23.º) e a apresentação de *relatórios de transparência* contendo informações suplementares (artigo 24.º, todos do RSD);

(iii) a proibição de utilização de *padrões obscuros* (“dark patterns”) na conceção e organização das interfaces em linha, os quais consistem em práticas que distorcem os comportamentos dos consumidores ou afetam a respetiva capacidade de realizar decisões autónomas e livres, mediante o recurso a funcionalidades técnicas, audiovisuais ou outras congéneres (artigo 25.º do RSD)⁸²;

(iv) a sujeição a regras especiais de *publicidade* (“advertising on online platforms”), que obrigam os operadores de plataformas que exibam anúncios publicitários nas suas interfaces em linha a assegurar que os destinatários do serviço dispõem de informações individualizadas que lhes permitam compreender a natureza publicitária do anúncio, a identidade do anunciante, da entidade que pagou o anúncio e dos principais parâmetros utilizados para determinar o destinatário da exibição do anúncio publicitário, além de proibir

a 15.º) e dos prestadores de serviços de alojamento virtual em particular (artigos 16.º a 18.º, todos do RSD). Sobre tais deveres, vide L. MENEZES LEITÃO, *Digital Services Act (Act)*, Coimbra, Almedina, 2023, pp. 33 e ss.

⁸⁰ Sublinhe-se que, nos termos do artigo 30.º, n.º 4 do RSD, este sistema de gestão de reclamações pode ser utilizado para o tratamento das reclamações das próprias empresas fornecedoras de bens e serviços em linha, caso o operador se recuse a autorizá-las a utilizar o seu serviço ou suspendam essa utilização.

⁸¹ O regime do artigo 21.º do RSD vai muito para além da disposição programática do artigo 34.º da LCE, contendo uma disciplina muito detalhada (incluindo a previsão de um prazo máximo de 90 dias para a comunicação às partes da decisão do organismo de resolução extrajudicial), além de não prejudicar o direito do destinatário do serviço a recorrer aos tribunais nos termos gerais (artigo 21.º, n.º 1, “in fine”, do RSD) nem aos procedimentos de resolução alternativa de litígios de consumo previstos na LRALC e no Regulamento da RLL (“ex vi” do artigo 21.º, n.º 8 da RSD). Sobre os mecanismos judiciais e extrajudiciais de resolução dos conflitos de consumo, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, “Os Conflitos de Consumo”, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2023, n.º 19, em curso de publicação.

⁸² Sublinhe-se que a utilização de padrões obscuros constitui também uma modalidade de prática comercial proibida pela LPCD e pelo RGPD, esclarecendo o legislador europeu que a proibição prevista no RSD não se aplica a tais práticas (artigo 25.º, n.º 2). Sobre os “dark patterns” como modalidade especial de prática comercial desleal, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, “As Práticas Comerciais Desleais”, p. 441, in *O Direito*, 2023, vol. 155, n.º 3, pp. 415-446.

a exibição de anúncios com base na definição de perfis assentes em categorias especiais de dados (artigo 26.º do RSD)⁸³;

(v) a transparência nos *sistemas de recomendação* ("recommendation systems"), que são sistemas total ou parcialmente automatizados das plataformas eletrónicas que efetuam sugestões, classificações ou prioridades algorítmicas de informações aos usuários da plataforma, nomeadamente como resultado de uma pesquisa em linha, obrigando os operadores das plataformas a informar adequadamente aqueles dos principais parâmetros e critérios utilizados e a permitir-lhes alterar e customizar estes sistemas (artigo 27.º do RSD)⁸⁴;

(vi) a adoção de *medidas de proteção de menores*, incluindo a proibição de exibição de anúncios publicitários nas interfaces das plataformas com base na definição de perfis utilizando dados pessoais de destinatários do serviço que saibam ser adolescentes, crianças ou menores de idade (artigo 28.º do RSD)⁸⁵.

Um segundo e relevante grupo de disposições legais atribui aos operadores das plataformas eletrónicas uma panóplia de deveres e responsabilidades adicionais especificamente destinados à regulação dos contratos de consumo "online" celebrados entre os respetivos utilizadores, isto é, entre empresários fornecedores de bens ou prestadores de serviços e os consumidores. Entre estes, devem destacar-se os seguintes:

(i) a *responsabilidade pela indução em erro do consumidor e pelo controlo do empresário*. Ao arrepio do princípio geral de isenção de responsabilidade pela distribuição de produtos, serviços ou conteúdos ilegais ("safe harbour") previsto nos artigos 4.º e ss. do RSD⁸⁶, os operadores de plataformas eletrónicas poderão ser responsabilizados nos casos em que o empresário promotor ou ofertante dos bens ou serviços de consumo atuou sob a sua autoridade ou controlo (artigo 6.º, n.º 2 do RSD) – por exemplo, quando o operador puder determinar o preço desses bens ou serviços alheios – ou ainda nos casos em que os

⁸³ Em conformidade com a disposição geral do artigo 2.º, n.ºs 3 e 4 do RSD, estas regras do artigo 26.º não prejudicam a aplicação das regras sobre publicidade constantes da LCE (artigo 7.º) e da DCE (artigo 6.º), das regras sobre publicidade direcionada previstas no RGPD (v.g., artigos 5.º, n.º 1, a) e 7.º), das regras sobre publicidade no âmbito do fornecimento de conteúdos e serviços digitais (v.g., artigos 29.º, n.º 1, b), 43.º e 44.º, n.º 2, d) da LVBC) ou das regras sobre publicidade em sede das práticas comerciais desleais (v.g., artigos 3.º, d), 7.º, n.º 2, a), 8.º, n), e 12.º, e) da LPCD).

⁸⁴ Uma vez mais, pela mesma razão, estas regras não prejudicam a aplicação das regras congéneres em matéria dos sistemas de classificação e de avaliação dos prestadores de mercado em linha (artigos 4.º-A, a) e 4.º-B da LCCD) e das práticas comerciais de recomendação desleais (artigo 8.º, cc) e dd) da LPCD) (cf., respetivamente, J. ENGRÁCIA ANTUNES, "Os Contratos à Distância", in *Cyberlaw*, 2023, vol. XII, em curso de publicação; J. ENGRÁCIA ANTUNES, "As Práticas Comerciais Desleais", p. 438, in *O Direito*, 2023, vol. 115, n.º 3, pp. 415-446). Sobre o tópico em geral, vide GIUSEPPE VELTRI/ FRANCISCO LUPIÁÑEZ-VILLANUEVA/ FRANS FOLKVORD/ ALEXANDRA THEBEN/ GEORGE GASKELL, "The Impact of Online Platform Transparency of Information on Consumers' Choices", in *Behavioural Public Policy*, 2023, n.º 7, pp. 55-82.

⁸⁵ Na mesma ordem de considerações anterior, estas medidas não prejudicam a aplicabilidade das regras específicas de tutela dos consumidores menores de idade, previstas na LCE (artigos 16.º, n.º 1, e), 19.º-A e 19.º-B) ou em leis especiais de consumo (v.g., artigo 6.º, a) da LPCD).

⁸⁶ Este princípio geral da isenção da responsabilidade dos prestadores de serviços intermediários de alojamento virtual – inspirado originariamente na solução adotada no "Digital Millenium Copyright Act" norte-americano, e que viria a ser fixado na DCE (artigos 12.º e ss.) e na LCE (artigos 11.º e ss.) e reafirmado pela própria jurisprudência (cf. Acórdãos do STJ de 2.V.2016 (PIRES DA ROSA) e de 10.XII.2020 (FERREIRA LOPES), ambos in: <www.dgsi.pt>) – vinha já sendo objeto de crescente crítica, em virtude da sua desatualização face às atuais características das plataformas eletrónicas. Cf. INSTITUTE FOR INFORMATION LAW, *Hosting Intermediary Services and Illegal Content Online – An Analysis of the Scope of Article 14 E-Commerce Directive in Light of Developments in the Online Service Landscape*, Luxembourg, European Union, 2018; entre nós, S. LOPES AGOSTINHO, "A Responsabilidade das Plataformas Digitais pela Segurança dos Consumidores", in *Vida Judiciária*, 2021, n.º 222, pp. 52-53.

operadores apresentem as informações pertinentes relacionadas com as transações em causa de uma forma que induza um consumidor médio a acreditar que tais informações, produtos ou serviços foram fornecidos pela própria plataforma – por exemplo, nos casos em que a plataforma não apresenta claramente a identidade do empresário, recusa divulgar a identidade ou dados de contacto deste antes ou após a celebração do contrato com o consumidor, ou comercializa o produto ou serviço em seu próprio nome⁸⁷;

(ii) a *rastreabilidade dos empresários* promotores ou ofertantes dos produtos e serviços na plataforma eletrónica (“know your business customer”), que obriga os respetivos operadores a assegurar a disponibilização aos utentes do serviço em linha de um conjunto de informações essenciais a tais empresários (v.g., nome, endereço postal e eletrónico, número de telefone, documentos de identificação, dados da conta de pagamento, número do registo comercial, autocertificação), a envidar todos os esforços para assegurar a exatidão e fiabilidade das informações prestadas e armazenar estas durante o prazo de seis meses após a saída do empresário da plataforma, bem assim como a suspender a utilização da plataforma por empresários que não cumpram tais obrigações depois de instados a fazê-lo pelo operador (artigo 30.º do RSD)⁸⁸;

(iii) a *conformidade técnico-informativa* da plataforma eletrónica, cuja interface deverá ser concebida e organizada em ordem a permitir aos empresários cumprirem os seus deveres de informação pré-contratual, conformidade e informação sobre a segurança dos produtos nos termos do direito aplicável da União⁸⁹, bem como a prestar em qualquer caso um conjunto mínimo de elementos informativos, relativos à identificação clara e inequívoca dos produtos ou serviços promovidos ou oferecidos aos consumidores, à indicação de um sinal que identifique o empresário (tal como a firma, a marca ou o logótipo) e, se for caso disso,

⁸⁷ Cf. ainda M. RAQUEL GUIMARÃES, “As Plataformas “Colaborativas” enquanto Prestadoras de Serviços da Sociedade de Informação”, pp. 484 e ss., in M. Carvalho/ A. Gonçalves (coord.), *Economia Colaborativa*, Braga, UMinho Editora, 2023, pp. 468-498. Esta exclusão da isenção de responsabilidade dos operadores é especialmente relevante no domínio das *plataformas eletrónicas ou digitais híbridas*, que são utilizadas pelo respetivo operador simultaneamente como plataforma interna, destinada à negociação direta dos seus próprios produtos e serviços (designadamente, através da sua página ou sítio “web”), e plataforma de intermediação externa, destinada a intermediar a negociação de produtos e serviços de outros empresários. Neste sentido, vide o recente Acórdão do TJUE de 22-XII-2022 (*Christian Louboutin c. Amazon Europe Core Sàrl e outros*): “[O] operador de um sítio Internet de vendas em linha que integra, para além das suas próprias ofertas de venda, um sítio de comércio eletrónico, é suscetível de ser considerado, ele próprio, utilizador de um sinal idêntico a uma marca da União Europeia de outrem para produtos idênticos àqueles para os quais esta marca está registada quando vendedores terceiros coloquem à venda, nesse sítio de comércio, sem o consentimento do titular da referida marca, esse tipo de produtos que ostentem esse sinal, se um utilizador normalmente informado e razoavelmente atento desse sítio estabelecer um nexo entre os serviços desse operador e o sinal em questão, o que sucede nomeadamente quando, atendendo a todos os elementos que caracterizam a situação em causa, semelhante utilizador possa ter a impressão de que é o referido operador que comercializa, ele próprio, em seu nome e por conta própria, os produtos que ostentam o referido sinal” (in: ECLI:EU:C:2022:1016 [§ 54]). Cf. ANSGAR OHLY, “Red Soles, a Marketplace and the Categories of Trademark Liability: ‘Louboutin v Amazon’ before the CJEU”, in *Journal of Intellectual Property Law & Practice* (2022), n.º 17, pp. 575-585.

⁸⁸ O princípio “know your business customer” (KYBC) – que já decorria de um modo indireto e fragmentário de várias outras disposições legais nacionais e europeias (v.g. artigo 10.º da LCE, artigo 4.º-A, d) e e) da LCCD, artigo 10.º, b) e f) da LPCD) – foi assim reforçado e autonomizado. Cf. ADAM AMBROZIACK, “EU Perspectives of the Functioning of Giant Online Platforms in the Digital Economy”, p. 20, in M. Suska/ D. Dąbrowski (eds.), *The European Union Digital Single Market*, Oxon/ New York, Routledge, 2022, pp. 5-34.

⁸⁹ Aqui se incluindo os numerosos deveres de informação prévios à celebração de contratos de consumo previstos no artigo 8.º da LDC, nos artigos 10.º e 28.º, n.º 1 da LCE, nos artigos 4.º a 5.º da LCCD, nos artigos 9.º a 10.º-A da LPCD, nos artigos 6.º a 9.º da LCC, no artigo 45.º da LVBC, e nos artigos 1.º e 5.º do Decreto-Lei n.º 138/90, de 26 de abril, entre outros – todos eles resultantes de atos de transposição de instrumentos de direito europeu na matéria.

à rotulagem e marcação de acordo com as normas do direito europeu em matéria de segurança dos produtos e conformidade dos produtos (artigo 31.º do RSD);

(iv) a *denúncia de produtos ilegais*, que atribui ao operador da plataforma a obrigação de informar os consumidores que adquiriram um produto ou serviço proibido pelo direito europeu da ilegalidade do mesmo, da identidade do empresário e de quaisquer meios de reparação aplicáveis (artigo 32.º do RSD).

9.3. Projeções consumeristas e outras

As plataformas eletrónicas vêm colocando uma *pluralidade de novos problemas* no âmbito das relações jurídicas de consumo, a que os legisladores e os tribunais apenas recentemente começaram a responder. Sirvam dois exemplos.

Assentando tipicamente num modelo de negócio tripartido caracterizado pela interposição de terceiros (prestadores de serviços intermediários), que colocam em contacto oferta (empresários) e procura (consumidores), tem-se verificado que os titulares das plataformas podem surgir aos olhos do público consumidor como a contraparte dos negócios de consumo intermediados ou até assumir um controlo mais ou menos acentuado sobre esses negócios e atividades intermediados (v.g., quando os termos dos contratos celebrados em linha são essencialmente determinados pelo titular da plataforma, “maxime”, o preço dos bens ou serviços, ou quando a publicidade associada é focada no titular da plataforma e não no empresário vendedor dos bens ou prestador dos serviços). Compreende-se assim que a atual LVBC preveja expressamente a *responsabilidade solidária* dos titulares das plataformas eletrónicas (designados “prestadores de mercado em linha”) que sejam havidos como parceiros contratuais dos empresários vendedores ou fornecedores dos bens ou serviços ao consumidor em caso de incumprimento contratual (artigo 44.º) ou que não observem os seus deveres especiais de informação do consumidor sobre a identidade destes empresários, mormente para efeitos da aplicação ou não do próprio regime legal de proteção dos consumidores (artigo 45.º)⁹⁰.

A isto junta-se ainda a circunstância de se assistir à proliferação do recurso a tais plataformas, pelo lado da oferta, por parte dos próprios consumidores ou particulares, que a elas recorrem assim na posição de vendedores ou prestadores dos mais diversos tipos de produtos e serviços (v.g., bens usados, bens de economia doméstica, alojamento local, etc.). Esta proliferação da utilização das plataformas por “*prosumers*” – espécie de híbrido que retrata os particulares que negociam com os seus próprios pares, atuando nas plataformas de forma semelhante

⁹⁰ Sobre tal regime de responsabilidade, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, “A Compra e Venda de Consumo”, pp. 539 e ss., in *Revista de Direito Civil*, 2023, vol. VIII, n.º 3, pp. 495-543; S. FERNANDES GARCIA, “A Responsabilidade dos Prestadores de Mercados em Linha na Venda de Bens, Conteúdos e Serviços Digitais”, in *Anuário do Nova Consumer Lab*, 2021, n.º 3, pp. 85-108. Noutros quadrantes, MIRIAM BUITEN/ ALEXANDRE DE STREEL/ MARTIN PEITZ, “Rethinking Liability Rules for Online Hosting Platforms”, in *International Journal of Law and Information Technology*, 2020, vol. 28, pp. 139-166.

aos profissionais – tem vindo a colocar problemas de difícil resolução. Com efeito, as situações prodrómicas são relativamente lineares: se, por um lado, não será seguramente de qualificar como profissional o particular que ocasionalmente se desfaz de alguns bens de economia doméstica de que já não necessita recorrendo à sua venda em plataformas de comércio eletrónico como “OLX” ou “Custo Justo” (v.g., veículos usados, eletrodomésticos, mobiliário), já, por outro, solução inversa parece dever valer para aquele particular que presta, de forma regular e sistemática, serviços remunerados e tributados de alojamento local em plataformas como a “Airbnb” ou o “Booking” ou até que se dedica à venda comercial regular de produtos em redes sociais como o “Facebook” ou o “Instagram”. Como é evidente, é no imenso espetro de situações intermédias que as dificuldades de qualificação despontam, as quais a jurisprudência tem procurado resolver com base numa avaliação casuística mas que, no limite, apenas poderão ser resolvidas satisfatoriamente mediante intervenção futura do legislador⁹¹.

A concluir este ponto, é mister frisar que o relevo jurídico das plataformas eletrónicas, enquanto veículos intermediários da celebração de contratos eletrónicos, está longe de se confinar aos aspetos jusconsumeristas, possuindo uma multiplicidade de outras projeções jurídicas que aqui não podem ser sequer enunciadas na sua totalidade. Entre elas, retenha-se que tais plataformas constituem uma nova forma de *intermediário comercial*, que se vem juntar às tradicionais formas de intermediação conhecidas no Direito Comercial (comissão mercantil, agência, mediação, concessão, intermediação financeira)⁹²; consubstanciam uma nova e alternativa forma de *mercado*, os mercados eletrónicos ou digitais assentes num modelo de negócio tripartido caracterizado pela interposição de intermediários (os titulares ou operadores da plataforma) que colocam em contacto a oferta (os fornecedores de bens ou serviços, usualmente empresários/profissionais, mas que também poderão ser meros particulares) e a procura (os utilizadores finais, que poderão ser consumidores mas também empresários ou profissionais)⁹³; estão na origem de um feixe ou união de *contratos* distintos, incluindo os contratos entre o operador da plataforma (prestador do serviço intermediário ou mercado em linha) e o fornecedor de bens ou serviços (destinatário do serviço), entre o operador da plataforma e o utilizador, e entre o fornecedor de bens e serviços e o utilizador⁹⁴; e podem ser fonte de uma pluralidade de *transações comerciais* eletrónicas entre diferentes

⁹¹ Veja-se, por exemplo, o Acórdão do TJUE de 25-I-2018 (*Maximilian Schrems c. Facebook Ireland Limited*): “Um utilizador de uma conta privada Facebook não perde a qualidade de ‘consumidor’, na aceção deste artigo, quando publica livros, faz conferências, gere sítios *web*, recolhe donativos e obtém a cedência dos direitos de vários consumidores para os exercer em justiça” (in: ECLI:EU:C:2018:37 [§ 41]); ou o Acórdão do TJUE de 4-X-2018 (*Komisija c. Evelina Kamenova*), onde a respeito da eventual qualificação como profissional de um particular que publicou simultaneamente oito anúncios de venda de bens novos e usados numa plataforma em linha, foram fixados diversos critérios auxiliares de qualificação casuística, tais como a forma organizada da venda na plataforma em linha, os seus fins lucrativos, a sua qualidade como sujeito passivo de IVA, a sua capacidade para praticar atos comerciais, as suas competências técnicas relativamente aos bens e serviços vendidos, etc. (in: ECLI:EU:C:2018:378 [§ 38]). Cf. ainda ALESSANDRA QUARTA, “Narratives of the Digital Economy: How Platforms Are Challenging Consumer Law and Hierarchical Organization”, pp. 7 e ss., in *Global Justice*, 2020, vol. 20, pp. 1-21.

⁹² Sobre este aspeto, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, *Direito Comercial*, em curso de publicação.

⁹³ J. CAMPOS CARVALHO, “From Bilateral to Triangular Concluding Contracts in the Collaborative Economy”, in M. Redinha/ M. Guimarães/ F. Fernandes (eds.), *The Sharing Economy: Legal Problems of a Permutations and Combinations Society*, Newcastle Cambridge Scholars Publishing, 2019, pp. 196-210; M. RAQUEL GUIMARÃES, “As Plataformas “Colaborativas” enquanto Prestadoras de Serviços da Sociedade de Informação”, pp. 480 e ss., in M. Carvalho/ A. Gonçalves (coord.), *Economia Colaborativa*, Braga, UMinho Editora, 2023, pp. 468-498.

⁹⁴ R. COSTA BABO, “A Intermediação das Plataformas Eletrónicas nos Contratos Celebrados com Consumidores”, in M. Guimarães/ R. Pedro/ M. Redinha (coord.), *Direito Digital*, Porto, CIJE/FDUP, 2021, pp. 291-337.

sujeitos que estão longe de se confinar às relações entre empresas e consumidores (“business-to-consumer” ou B2C), abrangendo também as próprias relações entre empresas ou profissionais (“business-to-business” ou B2B)⁹⁵ ou até as relações entre consumidores (“consumers-to-consumers” ou C2C) ou meros particulares (“peer-to-peer” ou P2P).

10. Aspetos complementares

10.1. Outras especialidades

O regime dos contratos eletrónicos de consumo é vasto e complexo, envolvendo diversas importantes especialidades e problemas de difícil resolução, a que aqui se fará uma mera alusão breve.

Um dos aspetos mais relevantes diz respeito às questões da *lei aplicável* e da *jurisdição competente* nos litígios de consumo. O comércio eletrónico, e a contratação eletrónica em particular, é, caracteristicamente, global e transnacional: tal como a rede mundial ou “world wide web” ignora fronteiras políticas e nacionalidade dos internautas, também assim os contratos eletrónicos de consumo são celebrados entre contratantes domiciliados e localizados fisicamente em diferentes Estados. São aqui particularmente relevantes diversas normas em matéria de determinação da lei aplicável (“choice of law”) e da competência judiciária (“jurisdiction”), de fonte nacional (v.g., artigos 4.º e 5.º da LCE), europeia (v.g., artigos 17.º a 19.º do Regulamento UE/1215/2012, de 12 de dezembro) e internacional (“maxime”, artigo 5.º da Convenção de Roma de 1980, artigo 6.º do Regulamento “Roma I”)⁹⁶. Saliente-se, todavia, que as tradicionais normas internacional-jusprivatísticas, centradas no critério da localização geográfica para efeitos da determinação da lei aplicável e da jurisdição competente, mostram-se algo desajustadas à ubiquidade da contratação eletrónica, em especial à tutela dos ciberconsumidores em contratos B2C internacionais ou transfronteiriços: o problema crucial é que, “in cyberspace, here or there is everywhere”⁹⁷.

⁹⁵ Com efeito, os destinatários do serviço e os utilizadores das plataformas eletrónicas podem ser ambos *empresas ou profissionais*, tendo-se o legislador europeu ocupado das relações eletrónicas B2B no seu Regulamento UE/2019/1150, de 20 de junho, relativo à promoção da equidade e da transparência para os utilizadores profissionais de serviços de intermediação em linha (vulgarmente conhecido como Regulamento P2B ou “platform-to-business”) e no Regulamento UE/2022/1925, de 14 de setembro, relativo à disputabilidade e equidade dos mercados no setor digital (vulgarmente conhecido como Regulamento dos Mercados Digitais ou RMD). Cf. DEEP SHREE/ R. KUMAR SINGH/ JUSTIN PAUL/ ANDY HAO/ SHICHUN XU, “Digital Platforms for Business-to-Business Markets: A Systematic Review and Future Research Agenda”, in *Journal of Business Research*, 2021, vol. 137, pp. 354-365.

⁹⁶ Sobre tais regras, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, “Os Conflitos de Consumo”, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2023, n.º 19, em curso de publicação.

⁹⁷ HERBER KRONKE, “Applicable Law in Torts and Contracts in Cyberspace”, p. 65, in AA.VV., *Internet – Which Court Decides? Which Law Applies?*, Hague/ London/ Boston, Kluwer, 1998, pp. 65-97. Sobre a problemática, vide A. SOUSA GONÇALVES, “Evolução da Regulamentação Europeia dos Contratos de Consumo Internacionais Celebrados por Via Eletrónica”, in *Scientia Iuridica*, 2013, n.º 162, pp. 5-32; E. DIAS OLIVEIRA, “Lei Aplicável aos Contratos Celebrados com os Consumidores através da Internet e Tribunal Competente”, in *Estudos de Direito do Consumidor*, 2002, Ano 4, pp. 219-239; L. LIMA PINHEIRO, “Contratos Celebrados Através da Internet – Tribunais Internacionalmente Competentes e Direito Aplicável”, in *Revista de Direito Civil*, 2018, vol. III, pp. 743-769. Noutros quadrantes, para mais desenvolvimentos, F. TENÓRIO AMORIM, *Autonomia da Vontade nos Contratos*

Quanto à *celebração*, à *execução* e à *extinção* dos contratos B2C, existem várias especialidades a ter em conta, que o legislador não chegou a resolver ou esclarecer na sua totalidade. Tal o caso do momento relevante da *recepção das declarações negociais eletrónicas*. Nos termos do artigo 31.º, n.º 2 da LCE, “a ordem de encomenda, o aviso de recepção e a confirmação da encomenda consideram-se recebidos logo que os destinatários têm a possibilidade de aceder a eles” (cf. também artigo 11.º, n.º 1 da DCE). Acolheu-se assim uma versão mitigada da teoria da recepção, já dominante entre nós para os negócios jurídicos em geral (artigo 224.º do Código Civil), pelo que uma declaração eletrónica se considera eficaz logo que seja acessível ou se encontre à disposição do respetivo destinatário ou contraparte: todavia, questão discutida – atenta a especificidade das comunicações eletrónicas – é a de saber se tal acessibilidade se dá com a entrada da mensagem no servidor do destinatário ou apenas quando a mesma é descarregada na sua caixa de correio eletrónico⁹⁸.

Mas existem muitos outros exemplos. Pense-se assim, designadamente, na questão da *capacidade negocial* dos contraentes (v.g., no caso de ciberconsumidores menores, ciberconsumidores insolventes: cf. artigo 16.º, n.º 1 da DCE); da *privacidade e proteção dos dados pessoais*, disciplinada por um complexo emaranhado de disposições contidas nas Leis n.º 58/2019 e n.º 59/2019, de 8 de agosto (relativas à proteção dos dados pessoais), Lei n.º 32/2008, de 17 de junho (relativa à conservação de dados gerados ou tratados no contexto da oferta de serviços de comunicações eletrónicas), e Lei n.º 41/2004, de 18 de agosto (relativa ao tratamento de dados pessoais e à proteção da privacidade no setor das comunicações eletrónicas); do *tempo, prazo e lugar do cumprimento* das prestações contratuais, em especial a execução da encomenda por parte do prestador de serviço (sendo em princípio relevantes, com as necessárias adaptações, as regras aplicáveis ao fornecimento de conteúdos e serviços digitais e aos contratos à distância: cf. artigo 19.º da LCCD, artigos 11.º e 26.º da LVBC); ou das *práticas discriminatórias eletrónicas*, como sucede com o chamado “bloqueio geográfico” (“geoblocking”) através do qual a empresa fornecedora de bens ou prestadora de serviços em linha, com recurso à localização do cliente consumidor, lhe veda o acesso a um sítio “web” (ou redireciona-o automaticamente para outro sítio sem prévio consentimento), lhe recusa a venda desses bens ou serviços, ou lhe impõe condições gerais de acesso (incluindo preços) injustificadamente diferentes⁹⁹.

Eletrónicos Internacionais de Consumo, 2ª edição, Curitiba, Juruá Editora, 2017; Z. SOPHIA TANG, *Electronic Consumer Contracts in the Conflict of Laws*, 2nd edition, New York, Hart Publishing, 2015.

⁹⁸ Sobre tal questão, entre outros, vide E. DIAS OLIVEIRA, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, Coimbra, Almedina, 2002, pp. 125 e ss.; A. DIAS PEREIRA, “Princípios do Comércio Eletrónico”, pp. 98 e s., in *Miscelâneas do IDET*, n.º 3, Coimbra, Almedina, 2004, pp. 77-112; V. CASTRO ROSA, “Contratação Eletrónica”, p. 195, in Ministério da Justiça, *Lei do Comércio Electrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 191-2085; P. DIAS VENÂNCIO, “O Contrato Eletrónico e o Momento da sua Conclusão”, p. 70, in *Maia Jurídica - Revista de Direito*, 2006, vol. IV, pp. 61-76.

⁹⁹ Sobre esta prática, vide C. ALMEIDA FREITAS, *O Bloqueio Geográfico (Geoblocking) e outras Formas de Discriminação do Consumidor no Comércio Eletrónico*, Porto, Dissertação, 2018; para mais desenvolvimentos, MIRIAM MARTINY, *Geoblocking im digitalen Binnenmarkt*, Baden-Baden, Nomos Verlag, 2022. Esta prática possui também importantes incidências jusconcorrenciais: cf. I. AMORIM FERREIRA, *O Bloqueio Geográfico Injustificado: Enquadramento Regulatório e Análise dos Aspectos Jus-Concorrenciais*, Lisboa, Dissertação, 2020.

10.2. Modalidades especiais

A encerrar este voo panorâmico sobre as paragens da contratação eletrónica de consumo, deve ainda chamar-se a atenção para a existência de certas formas ou *modalidades especiais* de contratação eletrónica de consumo que se encontram, total ou parcialmente, excluídas do âmbito de aplicação de algumas das regras da LCE, atrás referidas.

Estão neste caso os *contratos eletrónicos B2C "puros"*, ou seja, que são integralmente concluídos e cumpridos por via eletrónica. Com efeito, nos contratos do comércio eletrónico direto, que têm por objeto produtos ou serviços de conteúdo incorpóreo e digital que são fornecidos imediatamente em linha ao consumidor, é dispensado o aviso de receção da ordem da encomenda por parte do prestador e, implicitamente, a confirmação do destinatário (artigo 29.º, n.º 2 da LCE)¹⁰⁰.

Estão também neste caso os *contratos B2C por e-mail*, que são contratos eletrónicos entre empresários e consumidores celebrados exclusivamente através de correio eletrónico ou outros meios de comunicação individual equivalente. Tais contratos constituem, no essencial, negócios de consumo sujeitos às regras gerais da LCCD e da LDE, com as necessárias adaptações, a que não são aplicáveis as normas especiais relativas à negociação e formação previstas na LCE (artigo 30.º)¹⁰¹.

Estão ainda, e por fim, neste caso os *contratos eletrónicos automáticos*, que designam os contratos celebrados exclusivamente através de computadores e sem qualquer intervenção humana¹⁰². Tais contratos – assentes na transferência eletrónica de dados ("electronic data interchange" ou EDI) ou em tecnologias criptográficas (por exemplo, "blockchain") – são particularmente relevantes na contratação B2B (v.g., operações interbancárias, operações entre intermediários financeiros) e mais raramente envolvendo por via direta, por conseguinte, consumidores ou contratos B2C, encontrando-se sujeitos ao regime dos artigos 25.º, 26.º e 33.º do diploma legal em referência: são exemplos a negociação de alta frequência ("high-

¹⁰⁰ Por conseguinte, o processo formativo dos contratos B2C, mais atrás descrito (cf. *supra* 6), apenas vale para a contratação relativa ao *comércio eletrónico indireto*, em que o fornecimento dos bens ou serviços objeto da encomenda eletrónica se processa fora da rede ou "off line" (v.g., serviços postais na encomenda de um livro, transporte de eletrodoméstico encomendado), mas já não para a relativa ao comércio eletrónico direto, em que as prestações das partes são realizadas imediata e diretamente em linha ou "online", carateristicamente no caso dos chamados "bens informáticos" de conteúdo incorpóreo e digital ("electronic delivered products"), v.g., livro eletrónico ("e-book"), ficheiro multimédia (v.g., "mp3", "avi"), "software" informático, ficheiros digitais, bases de dados, etc. Esta última dimensão origina interessantes, mas espinhosos, problemas adicionais: pense-se, por exemplo, nos "shrinkwrap agreements", que designam genericamente os acordos relativos às condições de uso de licença de "software" informático fornecido pela empresa virtual ao consumidor final, cuja aceitação por este apenas ocorre após a abertura, instalação, ou primeira utilização do dito produto.

¹⁰¹ A razão de ser desta exclusão parece residir na circunstância de o correio eletrónico, tal como os meios de comunicação tradicionais, constituir um veículo da declaração negocial suficientemente individualizado para permitir às partes (mormente, ao consumidor) influenciarem os termos do contrato, reclamando assim uma tutela menos intensa. Já mais discutível, todavia, parece ser a inaplicabilidade dos deveres informativos previstos no artigo 28.º da LCE: cf. M. CARVALHO HOMEM, "A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico", p. 31, in *Revista Electrónica de Direito*, 2013, n.º 1, pp. 1-49; H. LANÇA SILVA, *Conclusão dos Contratos no Comércio Eletrónico*, Verbo Jurídico, 2007, p. 8.

¹⁰² D. OLIVEIRA FESTAS, "A Contratação Electrónica Automatizada", in *Direito da Sociedade de Informação*, 2006, vol. VI, pp. 411-461; P. COSTA SILVA, "A Contratação Automatizada", in *Direito da Sociedade de Informação*, 2003, vol. IV, pp. 289-305. Figura homónima, mas diferente, é a contratação automática, que designa genericamente o processo de contratação realizado por intermédio de autómatos ou máquinas automáticas destinadas ao fornecimento de produtos ou à prestação de serviços (cf. J. ENGRÁCIA ANTUNES, *Direito dos Contratos Comerciais*, 7ª reimpr., Coimbra, Almedina, 2021, pp. 148 e ss.).

frequency trading")¹⁰³, os contratos inteligentes ("smart contracts")¹⁰⁴ e a "internet das coisas" ("internet of things")¹⁰⁵.

Bibliografia

ACEPI, A. SOUSA, *Estudo da Economia Digital em Portugal (Edição de 2022)*, Lisboa, 2023

AGOSTINHO, S. LOPES, "A Responsabilidade das Plataformas Digitais pela Segurança dos Consumidores", *In Vida Judiciária*, 2021, n.º 222, pp. 52-53

ALMEIDA, C. FERREIRA, *Contratos*. Vol. I ("Conceito. Fontes. Formação"), Coimbra, Almedina, 2022

ALMEIDA, C. FERREIRA, *Direito do Consumo*, Coimbra, Almedina, 2005

ALMEIDA, SUSANA, "As Comunicações Publicitárias Eletrónicas não Solicitadas e a Proteção do Consumidores: A Regra de "Opt In" e a Opção de Inscrições em Listas Robinson", *In Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, 2009, vol. 59, pp. 43-76

AMBROZIACK, ADAM, "EU Perspectives of the Functioning of Giant Online Platforms in the Digital Economy", *In M. Suska/ D. Dąbrowski (eds.), The European Union Digital Single Market*, Oxon/ New York, Routledge, 2022, pp. 5-34

AMORIM, F. TENÓRIO, *Autonomia da Vontade nos Contratos Eletrônicos Internacionais de Consumo*. 2ª edição, Curitiba, Juruá Editora, 2017

ANACOM, *O Comércio Eletrónico em Portugal e na União Europeia - Relatório de 2022*. Lisboa, 2023

ANDRADE, FRANCISCO/ SILVA, MARINA, "O Documento Eletrónico: Suporte e Formato", *In Revista da Ordem dos Advogados*, 2021, Ano 81, pp. 599-624

ANTUNES, J. ENGRÁCIA, "A Compra e Venda de Consumo", *In Revista de Direito Civil*, 2023, vol. VIII, n.º 3, pp. 495-543

¹⁰³ A *negociação algorítmica*, ou de alta frequência, consiste numa forma sofisticada de negociação bolsista que permite efetuar operações em escala de compra e venda de instrumentos financeiros em milésimos de segundo. Sobre a figura, vide J. ENGRÁCIA ANTUNES, *Os Instrumentos Financeiros*, 4ª edição, Coimbra, Almedina, 2020, p. 117.

¹⁰⁴ Os *contratos inteligentes* consistem em programas ou protocolos informáticos autoexecutáveis, que estão na base da celebração, monitorização e execução automáticas de contratos, dotados de uma semântica puramente informática e realizados através de um código computacional ou algorítmico. Sobre a figura, com enfoque na contratação automatizada, vide D. FERNANDES BATALHA, "Criptografia: Uma Nova Forma de Contratação Automatizada?", *in Cyberlaw*, 2018, vol. V, pp. 10-60; para mais desenvolvimentos, T. HINRICH BRAEGELMANN/ MARKUS KAULARTZ, *Rechtshandbuch Smart Contracts*, München, Beck Verlag, 2019.

¹⁰⁵ A *internet das coisas* consiste na interconexão digital dos objetos da nossa vida quotidiana (v.g., casas, automóveis, eletrodomésticos) com a "internet", permitindo o desenvolvimento de novas formas de contratação automatizada (v.g., no setor do seguro automóvel, contratos de seguro cujo prémio é automaticamente fixado em função da quantidade e qualidade da circulação, monitorizada por computadores integrados nos veículos). Sobre a figura, vide HÉLDER FRIAS, "A Internet das Coisas (IoT) e o Mercado Segurador", *in A. Cordeiro/ A. Oliveira/ D. Duarte (coord.), Fintech - Desafios da Tecnologia Financeira*, Coimbra, Almedina, 2017, pp. 219-236.

- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, "As Práticas Comerciais Desleais", *In O Direito*, 2023, vol. 155, n.º 3, pp. 415-446
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, "O Direito da Publicidade", *In Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra*, 2017, vol. XCIII, pp. 771-848
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, "O Regime Geral da Contratação de Consumo", *In Anuário do Nova Consumer Lab – Yearbook of the Nova Consumer Lab*, 2020, n.º 2, pp. 123-163
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, "Os Conflitos de Consumo", *In Estudos de Direito do Consumidor*, 2023, n.º 19, em curso de publicação
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, "Os Contratos à Distância", *In Cyberlaw*, 2023, vol. XII, em curso de publicação
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito do Consumo*. Coimbra, Almedina, 2019
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Direito dos Contratos Comerciais*, 7ª reimp., Coimbra, Almedina, 2021
- ANTUNES, J. ENGRÁCIA, *Os Instrumentos Financeiros*. 4ª edição, Coimbra, Almedina, 2020
- ASCENSÃO, J. OLIVEIRA, "A Sociedade Digital e o Consumidor", *In Direito da Sociedade de Informação*, 2009, vol. VII, pp. 123-153
- ASCENSÃO, J. OLIVEIRA, "Contratação Electrónica", *In Direito da Sociedade de Informação*, 2003, vol. IV, pp. 43-68
- BABO, R. COSTA, "A Intermediação das Plataformas Eletrónicas nos Contratos Celebrados com Consumidores", *In M. Guimarães/ R. Pedro/ M. Redinha (coord.), Direito Digital*, Porto, CIJE/FDUP, 2021, pp. 291-337
- BALLELL, T. HERAS, *El Régimen Jurídico de los Mercados Electrónicos Cerrados (E-Marketplaces)*. Madrid, Marcial Pons, 2006
- BARATA, C. LACERDA, "Contratos Celebrados Fora do Estabelecimento Comercial", *In Estudos do Instituto de Direito do Consumo*, 2017, vol. V, pp. 41-127
- BARBIERI, DIOVANA, *A Proteção do Consumidor no Comércio Eletrónico: Estudo Comparado à luz dos Ordenamentos Jurídicos Brasileiro e Português*. Lisboa, Editorial Juruá, 2013
- BARCELÓ, R. JULIÀ, *Comercio Electrónico entre Empresários – La Formación y Prueba del Contrato Electrónico*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2000
- BARROS, J. LEITE, "O Direito de Arrependimento nos Contratos Eletrónicos de Consumo como Forma de Extinção das Obrigações – Um Estudo de Direito Comparado Luso-Brasileiro", *In Estudos de Direito do Consumidor*, 2018, vol. 14, pp. 117-183
- BARROS, J. LEITE, "Os Contratos de Consumo Celebrados pela Internet", *In Revista Jurídica Luso-Brasileira*, 2017, n.º 3, pp. 781-843
- BASSAN, FABIO, *Digital Platforms and Global Law*, Cheltenham, E. Elgar Publishing, 2021

- BATALHA, D. FERNANDES, "Criptografia: Uma Nova Forma de Contratação Automatizada?", *In Cyberlaw*, 2018, vol. V, pp. 10-60
- BRAEGELMANN, T. HINRICH/ KAULARTZ, MARKUS, *Rechtshandbuch Smart Contracts*. München, Beck Verlag, 2019
- BUITEN, MIRIAM/ DE STREEL, ALEXANDRE/ PEITZ, MARTIN, "Rethinking Liability Rules for Online Hosting Platforms", *In International Journal of Law and Information Technology*, 2020, vol. 28, pp. 139-166
- CALDEIRA, MIRELLA, "A Boa-Fé Objetiva como Princípio Norteador das Relações de Consumo", *In Revista da Faculdade de Direito da Universidade Metodista*, 2005, n.º 2, pp. 193-217
- CARVALHO, J. CAMPOS, "From Bilateral to Triangular Concluding Contracts in the Collaborative Economy", *In M. Redinha/ M. Guimarães/ F. Fernandes (eds.), The Sharing Economy: Legal Problems of a Permutations and Combinations Society*, Newcastle Cambridge Scholars Publishing, 2019, pp. 196-210
- CARVALHO, J. CAMPOS, "Online Platforms: Concept, Role in the Conclusion of Contracts and Current Legal Framework in Europe", *In Cuadernos de Derecho Transnacional*, 2020, n.º 12, pp. 863-874
- CARVALHO, J. CAMPOS, *Os Contratos Celebrados Através de Mercados em Linha*, Lisboa, Dissertação, 2023
- CARVALHO, J. MORAIS, "Comércio Electrónico e Protecção dos Consumidores", *In Themis - Revista da Faculdade de Direito da Universidade Nova de Lisboa*, 2006, vol. II, pp. 41-62
- CARVALHO, J. MORAIS, "Contrato para Assistência a Espetáculo Desportivo", *In Desporto & Direito - Revista Jurídica do Desporto*, 2011, vol. VIII, pp. 355-387
- CARVALHO, J. MORAIS, "O Direito Português dos Contratos Eletrónicos", *In Res Severa Verum Gaudium*, 2018, n.º 3, pp. 68-92
- CASTELO, V. SÁNCHEZ, *Publicidad en Internet*, Madrid, La Ley, 2007
- CASTRO, M. GABRIEL, "Direito dos Contratos - Contrato Electrónico de Consumo", *In Estudos de Direito do Consumidor*, 2006/2007, n.º 2, pp. 559-615
- CONTALDO, ALFONSO, *Profili Giuridici e Tecnologici del Nuovo Ecosystema*, Milano, Pacina Giuridica, 2021
- CORREIA, M. PUPO, "Comércio Electrónico: Forma e Segurança", *In AA.VV., As Telecomunicações e o Direito na Sociedade da Informação*, Coimbra, Instituto Jurídico da Comunicação, 1999, pp. 223-258
- CORREIA, M. PUPO, "Conformação dos Contratos pela Publicidade na Internet", *In Direito da Sociedade de Informação*, 2009, vol. VIII, pp. 189-209
- DAVIES, LARS, "Contract Formation on the Internet: Shattering a Few Myths", *In AA.VV., Law and the Internet - Regulating Cyberspace*, Oxford, Hart, 1997, pp. 97-120

- DE ROS, R. MATEO/ LÓPEZ-MONIS, M. GALLEGRO, *Derecho de Internet*. Cizur Menor, Aranzadi, 2003
- DEMOULIN, MARIE, "La Notion de 'Support Durable' dans les Contrats à Distance", *In Revue Européenne du Droit de la Consommation*, 2000, n.º 4, pp. 361-377
- ECOMMERCE EUROPE, *European E-Commerce Report 2022*, Amsterdam/ Brussels, 2022
- ECOMMERCE FOUNDATION, *Global B2C ECommerce Report 2023*, New York, 2023
- FALCÃO, PEDRO, "Wap Billing: Problemas e Soluções", *In Estudos de Direito do Consumidor*, 2018, vol. 14, pp. 383-413
- FERREIRA, I. AMORIM, *O Bloqueio Geográfico Injustificado: Enquadramento Regulatório e Análise dos Aspetos Jus-Concorrenciais*, Lisboa, Dissertação, 2020
- FESTAS, D. OLIVEIRA, "A Contratação Electrónica Automatizada", *In Direito da Sociedade de Informação*, 2006, vol. VI, pp. 411-461
- FINOCCHIARO, GIUSELLA, "Documento Elettronico", *In Contratto e Impresa*, 1994, Ano 10, pp. 433-450
- FRANCESCHI, ALBERTO (ed.), *European Contract Law and the Digital Single Market: The Implications of the Digital Revolution*, Antwerp, Intersentia, 2016
- FREITAS, C. ALMEIDA, *O Bloqueio Geográfico (Geoblocking) e outras Formas de Discriminação do Consumidor no Comércio Eletrónico*, Porto, Dissertação, 2018
- FRIAS, HÉLDER, "A Internet das Coisas (IoT) e o Mercado Segurador", *In A. Cordeiro/ A. Oliveira/ D. Duarte (coord.), Fintech - Desafios da Tecnologia Financeira*, Coimbra, Almedina, 2017, pp. 219-236
- GARCIA, S. FERNANDES, "A Responsabilidade dos Prestadores de Mercados em Linha na Venda de Bens, Conteúdos e Serviços Digitais", *In Anuário do Nova Consumer Lab*, 2021, n.º 3, pp. 85-108
- GIL-DELGADO, M. CORRIPIO, *Los Contratos Informáticos. El Deber de Información Precontratual*, Madrid, Comillas 1991
- GONÇALVES, A. SOUSA, "Evolução da Regulamentação Europeia dos Contratos de Consumo Internacionais Celebrados por Via Electrónica", *In Scientia Iuridica*, 2013, n.º 162, pp. 5-32
- GRUNDMANN, STEFAN, *European Contract Law in the Digital Age*, Antwerp, Intersentia, 2018
- GUIMARÃES, M. RAQUEL, "As Plataformas "Colaborativas" Enquanto Prestadoras de Serviços da Sociedade de Informação - Reflexões à luz da Lei do Comércio Eletrónico e Desenvolvimentos Recentes", *In M. Carvalho/ A. Gonçalves (coord.), Economia Colaborativa*, Braga, UMinho Editora, 2023, pp. 468-498
- HARWARDT, MARK/ HASELHOFF, VANESSA, *Digitale Plattformen und Marktplätze: Grundlagen plattformbasierter Geschäftsmodelle*, Wiesbaden, Springer Fachmedien, 2022

- HOMEM, M. CARVALHO, "A Formação dos Contratos no Comércio Eletrónico", *In Revista Electrónica de Direito*, 2013, n.º 1, pp. 1-49
- INSTITUTE FOR INFORMATION LAW, *Hosting Intermediary Services and Illegal Content Online – An Analysis of the Scope of Article 14 E-Commerce Directive in Light of Developments in the Online Service Landscape*, Luxembourg, European Union, 2018
- JÚNIOR, R. ROSADO, "A Boa-Fé na Relação de Consumo", *In Revista de Direito do Consumidor*, 1995, vol. 14, pp. 20-27
- KIM, NANCY, *Wrap Contracts*, London, Oxford University Press, 2013
- KRONKE, HERBER, "Applicable Law in Torts and Contracts in Ciberspace", *In AA.VV., Internet – Which Court Decides? Which Law Applies?*, Hague/ London/ Boston, Kluwer, 1998, pp. 65-97
- LACERDA, PEDRO, "A Prova por Documentos Eletrónicos", *In Cadernos de Direito Privado*, 2016, n.º 54, pp. 11-28
- LARCHER, SARA, "Contratos Celebrados através da Internet: Garantias dos Consumidores contra Vícios na Compra e Venda de Bens de Consumo", *In Estudos do Instituto de Direito do Consumo*, 2005, vol. II, pp. 152-166
- LARCHER, SARA, *A Formação dos Contratos Celebrados por Consumidores através da Internet*, Lisboa, Dissertação, 2005
- LARISMA, SUSANA, "Contratação Electrónica", *In AA.VV., O Comércio Electrónico em Portugal, Quadro Legal e o Negócio*, Lisboa, Anacom, 2004, pp. 157-170
- LAWAND, J. JOSÉ, *Teoria Geral dos Contratos Eletrónicos*, São Paulo, Ed. Juarez, 2003
- LEHMANN, MICHAEL (Hrsg.), *Rechtsgeschäfte im Netz – Electronic Commerce*, Stuttgart, Schäffer-Poeschel, 1999
- LEITÃO, A. MENEZES, "Comércio Eletrónico e Direito do Consumo", *In Liber Amicorum Mário Frota – A Causa dos Direitos dos Consumidores*, Coimbra, Almedina, 2012, pp. 31-39
- LEITÃO, A. MENEZES, "Publicidade na Rede", *In Direito da Sociedade de Informação*, 2009, vol. VIII, pp. 263-279
- LEITÃO, L. MENEZES, "A Distribuição de Mensagens de Correio Eletrónico Indesejadas (SPAM)", *In Estudos em Homenagem à Prof. Doutora I. Magalhães Colaço*, vol. II, Coimbra, Almedina, 2002, pp. 219-240
- LEITÃO, L. MENEZES, *Digital Services Act (Act)*, Coimbra, Almedina, 2023
- LUELMO, A. DOMÍNGUEZ, "Contratação na Internet. Regime Jurídico da Contratação na Internet – Novas Questões? Novos Princípios Jurídicos?", *In Temas de Direito da Informática e da Internet*, Coimbra, Coimbra Editora, 2004, pp. 137-160
- MANGANELLI, ANTONIO/ NICITA, ANTONIO (eds.), *Regulating Digital Markets: The European Approach*, Cham, Springer International Publishing, 2022

- MARTINS, J. MARQUES, "Documentos Eletrónicos e Meios de Prova", *In AA.VV., Código Civil: Livro do Cinquentenário*, vol. I, Coimbra, Almedina, 2019, pp. 795-824
- MARTINY, MIRIAM, *Geoblocking im digitalen Binnenmarkt*, Baden-Baden, Nomos Verlag, 2022
- MENDES, A. RIBEIRO, "Valor Probatório dos Documentos Emitidos por Computador", *In Documentação e Direito Comparado*, 1991, n.º 47/48, pp. 487-527
- MINISTÉRIO DA JUSTIÇA (GABINETE DE POLÍTICA LEGISLATIVA E PLANEAMENTO), *Lei do Comércio Eletrónico Anotada*, Coimbra Editora, Coimbra, 2005
- MONJARDINO, J. PINTO, "E-Contracts B2C: O Confronto entre as Regras de Transferência de Risco e o Direito de Arrependimento", *In Anuário do Nova Consumer Lab*, 2021, n.º 3, pp. 337-385
- MORENO, Á. GUIADO, *Formación y Perfección del Contrato en Internet*. Madrid, Marcial Pons, 2004
- MOSCARINI, LUCIO, "Formalismo Negoziiale e Documento Informatico", *In Studi in Onore a Pietro Rescigno*, vol. V, Milano, Giuffrè, 1998, pp. 1045-1070
- MUÑOZ, P. JARNE, *Economía Colaborativa y las Plataformas Digitales*, Madrid, Editorial Reus, 2019
- MUSIO, IVANA, "Obblighi di Informazione nel Commercio Elettronico", *In Salvatore Sica/Pasquale Stanzione (eds.), Commercio Elettronico e Categorie Civilistiche*, Milano, Giuffrè, 2002, pp. 117-136
- NAVARRETE, M. MORENO, *Derecho-e: Derecho del Comercio Electrónico*, Madrid, Marcial Pons, 2002
- OHLY, ANSGAR, "Red Soles, a Marketplace and the Categories of Trademark Liability: 'Louboutin v Amazon' before the CJEU", *In Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2022, n.º 17, pp. 575-585
- OLÁN, H. SOSA, *El Derecho de Desistimiento como Mecanismo Protector del Consumidor en la Contratación Electrónica*, Salamanca, Ed. Universidad Salamanca, 2015
- OLAVE, R. PINOCHET, *Contratos Electrónicos y Defensa del Consumidor*, Madrid, Marcial Pons, 2001
- OLIVEIRA, A. RITA, *A Contratação Eletrónica: As Cláusulas Contratuais Gerais (Em Especial, nas Transações Realizadas via Internet) e Outros Desafios Colocados pelo Comércio Eletrónico ao Direito dos Contratos*, Universidade de Coimbra, Dissertação, 2016
- OLIVEIRA, E. DIAS, "Algumas Considerações sobre a Proteção do Consumidor no Mercado Digital no Âmbito do Direito da União Europeia", *In Revista da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa*, 2021, vol. LXII, pp. 209-230
- OLIVEIRA, E. DIAS, "Contratação Eletrónica e Tutela do Consumidor", *In Ataíde, R./ Rocha, F./ Fidalgo, V. (coord.), Estudos de Direito do Consumo*, vol. I, Coimbra, Almedina, 2023, pp. 831-850

- OLIVEIRA, E. DIAS, "Lei Aplicável aos Contratos Celebrados com os Consumidores através da Internet e Tribunal Competente", *In Estudos de Direito do Consumidor*, 2002, Ano 4, pp. 219-239
- OLIVEIRA, E. DIAS, "Tutela do Consumidor na Internet", *In Direito da Sociedade de Informação*, 2004, vol. V, pp. 335-358
- OLIVEIRA, E. DIAS, *A Protecção dos Consumidores nos Contratos Celebrados Através da Internet*, Coimbra, Almedina, 2002
- ORTIZ, R. ILLESCAS, *Derecho de la Contratación Electrónica*, Madrid, Civitas, 2000
- PASSA, JÉRÔME, "Commerce Electronique et Protection du Consommateur", *In Recueil Dalloz Sirey*, 2002, n.º 178, pp. 555-564
- PEREIRA, A. DIAS, "A Via Eletrónica da Negociação (Alguns Aspetos)", *In Estudos de Direito do Consumidor*, 2006-07, vol. 8, pp. 275-290
- PEREIRA, A. DIAS, *Comércio Electrónico na Sociedade da Informação*, Coimbra, Almedina, 1999
- PEREIRA, A. DIAS, "Comércio Electrónico e Consumidor", *In Estudos de Direito do Consumidor*, 2004, vol. 6, pp. 341-400
- PEREIRA, A. DIAS, "Novos Direitos do Consumidor no Mercado Digital", *In Estudos de Direito do Consumidor*, 2016, vol. 10, pp. 155-173
- PEREIRA, A. DIAS, "Princípios do Comércio Electrónico", *In Miscelâneas do IDET*, n.º 3, Coimbra, Almedina, 2004, pp. 77-112
- PEREIRA, A. DIAS, *Serviços da Sociedade da Informação: Alguns Problemas Jurídicos do Comércio Electrónico na Internet*, Lisboa, FDUNL, 2001
- PEREIRA, J. RAMOS, *Compêndio Jurídico da Sociedade de Informação - Notas Práticas - Legislação - Jurisprudência*, Lisboa, Quid Juris, 2004
- PINHEIRO, A. SOUSA, "Comunicações não Solicitadas (SPAM)", *In Ministério da Justiça, Lei do Comércio Eletrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 239-261
- PINHEIRO, L. LIMA, "Contratos Celebrados Através da Internet - Tribunais Internacionalmente Competentes e Direito Aplicável", *In Revista de Direito Civil*, 2018, vol. III, pp. 743-769
- PINTO, P. MOTA, *Declaração Tácita e Comportamento Concludente no Negócio Jurídico*, Coimbra, Almedina, 1995
- PITA, M. ANTÓNIO, "Notas Sobre o Regime da Contratação Electrónica, Internet, Direito e Tribunais", *In Sub Judice - Justiça e Sociedade*, 2006, vol. 35, pp. 57-70
- PIZARRO, S. NÓBREGA, *Comércio Electrónico - Contratos Electrónicos e Informáticos*, Coimbra, Almedina, 2005
- QUARTA, ALESSANDRA, "Narratives of the Digital Economy: How Platforms Are Challenging Consumer Law and Hierarchical Organization", *In Global Justice*, 2020, vol. 20, pp. 1-21

- REBELO, FERNANDA, "O Comércio Eletrónico e os Novos Desafios da Era Digital à luz da Diretiva Europeia 2000/31/CE", *In Revista Júris Advocatus*, 2018, n.º 11, pp. 42-95
- ROCHA, M. LOPES/ CORREIA, M. PUPO/ RODRIGUES, M. FELINO/ ANDRADE, M. ALMEIDA/ AMORIM, P. PATRÍCIO/ CARREIRO, H. JOSÉ/ CABRITA, LUÍS, *Leis da Sociedade de Informação - Comércio Eletrónico*, Coimbra, Coimbra Editora, 2008
- ROCHA, M. LOPES/ MARQUES, A. MARGARIDA/ BERNARDO, A. LENCASTRE, *Guia da Lei do Comércio Eletrónico*, Coimbra, Coimbra Editora, 2009
- ROSA, V. CASTRO, "Contratação Electrónica", *In Ministério da Justiça, Lei do Comércio Electrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 191-208
- SHREE, DEEP/ SINGH, R. KUMAR/ PAUL, JUSTIN/ HAO, ANDY/ XU, SHICHUN, "Digital Platforms for Business-to-Business Markets: A Systematic Review and Future Research Agenda", *In Journal of Business Research*, 2021, vol. 137, pp. 354-365
- SILVA, D. SOUSA, "Contratos à Distância - O Ciberconsumidor", *In Estudos de Direito do Consumidor*, 2003, vol. 5, pp. 423-456
- SILVA, H. LANÇA, *Conclusão dos Contratos no Comércio Eletrónico*, Verbo Jurídico, 2007
- SILVA, J. CALVÃO, *Banca, Bolsa e Seguros*, Tomo I, Coimbra, Almedina, 2005
- SILVA, P. COSTA, "A Contratação Automatizada", *In Direito da Sociedade de Informação*, 2003, vol. IV, pp. 289-305
- SILVA, P. COSTA, "Contratação Electrónica", *In AA.VV., Lei do Comércio Electrónico Anotada*, Coimbra, Coimbra Editora, 2005, pp. 181-189
- SILVA, P. COSTA, "Transferência Eletrónica de Dados: A Formação dos Contratos", *In Direito da Sociedade de Informação*, 1999, vol. I, pp. 201-228
- SIMPSON, ANDREW/ KYNSELLA, STEPHAN, *Online Contract Formation*. New York, Oceana Publications, 2004
- STALLONE, FRANCESCO, "La Forma dell'Atto Giuridico Elettronico", *In Contratto e Impresa*, 1990, Ano 6, 756-778
- TAGLINO, DANIELA, *Il Valore Giuridico del Documento Elettronico*, Roma, Dissertação, 1996
- TANG, Z. SOPHIA, *Electronic Consumer Contracts in the Conflict of Laws*, 2nd edition, New York, Hart Publishing, 2015
- TAPSCOTT, DON, *The Digital Economy: Promises and Perils in the Age of Networked Intelligence*, New York, McGraw-Hill, 1997
- TUPAN, S. CHRISTOFFOLI, *Alguns Aspectos Jurídicos do Comércio Electrónico entre Empresas*, Porto, Dissertação, 2004
- TURNER, CATRIN/ BRENANN, SEAN, "Commercial Lawyers Guide to the Internet", *In International Company and Commercial Law Review*, 1997, vol. VIII, pp. 120-123 e 382-386

VARELA, J. ANTUNES/ BEZERRA, J. MIGUEL/ NORA, SAMPAIO, *Manual de Processo Civil*, 2ª edição, Coimbra, Coimbra Editora, 1985

VEGA, J. VEGA, "La Forma en el Negocio Jurídico Electrónico", *In Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, 2011, vol. 23, pp. 125-163

VELTRI, GIUSEPPE/ LUPIÁÑEZ-VILLANUEVA, FRANCISCO/ FOLKVORD, FRANS/ THEBEN, ALEXANDRA/ GASKELL, GEORGE, "The Impact of Online Platform Transparency of Information on Consumers' Choices", *In Behavioural Public Policy*, 2023, n.º 7, pp. 55-82

VENÂNCIO, P. DIAS, "O Contrato Eletrónico e o Momento da sua Conclusão", *In Maia Jurídica - Revista de Direito*, 2006, vol. IV, pp. 61-76

VERBICARO, DENIS/ VERBICARO, LOAINE/ VIEIRA, JANAÍNA (eds.), *Direito do Consumidor Digital*, Rio de Janeiro, Lumen Iuris, 2020

(texto submetido a 24.07.2023 e aceite para publicação a 12.09.2023)