

O direito do consumidor à informação na teoria geral do negócio jurídico

Paulo Nogueira da Costa¹

1. Introdução

O tema do presente estudo - *o direito do consumidor à informação na teoria geral do negócio jurídico* - é bastante vasto, pelo que, para ser tratado em toda a sua extensão, excederia em muito os objectivos do mesmo e as limitações a ele inerentes. Importa, assim, antes de mais, delimitar o tema.

Ao longo deste trabalho centrar-nos-emos no direito interno, em particular nos regimes constantes da actual lei de defesa do consumidor (Lei N.º 24/96 de 31 de Julho) e do Código Civil vigente. Mais concretamente, vamos procurar confrontar o direito do consumidor à informação em particular, ou seja, aquele que está directamente relacionado com a celebração de um contrato, consagrado no Art.º 8º da actual lei de defesa do consumidor, com alguns dos princípios estruturantes da teoria geral do negócio jurídico consagrados no nosso Código Civil.

Neste sentido, começaremos por abordar os fundamentos do direito do consumidor à informação, numa dupla perspectiva: social e económica.

De seguida, analisaremos o disposto no Art. 8º da Lei N.º 24/96, que consagra o direito à informação em particular.

Finalmente, iremos relacionar a norma contida na lei de defesa do consumidor com três dos princípios fundamentais do direito privado: autonomia privada, *pacta sunt servanda* e boa-fé. Neste ponto, procuraremos averiguar se um direito do consumidor à informação tal como está consagrado na actual lei de defesa do consumidor será compatível com os princípios fundamentais da teoria geral do negócio jurídico.

¹ Docente na Universidade Autónoma de Lisboa (UAL)

2. Fundamentos do direito do consumidor à informação

2.1. De ordem social

Moldado de acordo com os ideais da Revolução Francesa, o Estado liberal assentava na ideia de libertação do indivíduo face ao poder do Estado. O predomínio da autonomia da vontade privada, a sacralização de direitos como o de propriedade privada e de livre iniciativa económica privada e a ausência de finalidades próprias, ilustram claramente essa ideia. O equilíbrio da sociedade repousava no indivíduo livre, isolado e igual. Simplesmente, os conceitos de liberdade e de igualdade tinham uma dimensão estritamente formal.

Do ponto de vista jus-económico, o papel do Estado era, também, o de abstencionismo. Partindo do princípio que existia um mercado concorrencial que se autoregulava e tendia para uma situação de pleno emprego, mesmo no curto prazo, o Estado não deveria intervir na economia.

Acontece, porém, que os pressupostos em que se fundava o liberalismo foram, progressivamente, cedendo. As concentrações económicas, o aparecimento da figura jurídica da empresa societária, a formação de cartéis e de *trusts*, a criação de sindicatos representantes do operariado, etc., são exemplos que ilustram o desmoronamento dos pressupostos em que assentavam as concepções económicas liberais.

Sucessivos acontecimentos históricos vieram ditar a desagregação do Estado liberal e o surgimento do Estado Social: a primeira guerra mundial, a revolução bolchevista de 1917, a Constituição de Weimar, a crise de 1929 e a segunda guerra mundial.

Na sequência da crise do Estado Social e do surgimento do chamado Estado pós-Social e das políticas de cariz neo-liberal, que sentido fará, neste contexto, a afirmação de um Direito do consumo?

Apesar do ressurgimento de alguns dos ideais liberais, tal não pode significar o retorno ao Estado puramente neutral e abstencionista.

Se é verdade que os ideais de libertação do indivíduo face ao Estado resultaram em importantes conquistas para aquele, não menos verdade é o facto de que os pressupostos sobre os quais assentava o modelo económico liberal não permitiram prever a submissão a um outro tipo de poder – o poder económico. A intervenção do Estado no domínio económico, designadamente na protecção do consumidor, é um imperativo de equidade, ou seja, de justa distribuição do rendimento e do poder. Para haver equidade não basta que exista igualdade formal, é necessária a igualdade material, e a garantia desta compete ao Estado. Mas, para além de ser um imperativo de equidade, é um imperativo do Estado de Direito democrático, o qual exige a submissão do poder económico ao poder político democraticamente eleito².

² Na Constituição da República Portuguesa, cfr. Art.º 80º, al. a).

2.2. De ordem económica

O liberalismo económico fundava-se nas teorias económicas clássicas, que tiveram como “pai” Adam Smith. O Estado não deveria intervir na economia, uma vez que o mercado, entregue a si mesmo, se auto-regularia através do funcionamento de determinados mecanismos – flexibilidade dos preços, dos salários e das taxas de juro. Partia-se da hipótese de existência de uma estrutura de mercado de *concorrência perfeita*, caracterizada pela homogeneidade do produto³ e pela atomicidade⁴, fluidez⁵, e transparência do mercado⁶. Em tal mercado actuariam agentes económicos racionais, movidos pelo *princípio hedonístico*, cada um procurando maximizar os seus interesses pessoais, os seus benefícios, minimizando os custos a suportar.

Apesar da concorrência perfeita ser uma abstracção, é partindo dela que melhor podemos estudar o funcionamento do mercado.

Uma dos aspectos mais importantes dos mercados concorrenciais é o facto de terem como resultado a *eficiência na afectação*, ou seja, a maximização dos ganhos mútuos realizados através das trocas. Esta é uma das razões pelas quais se tem entendido que, apesar de o mercado de concorrência perfeita ser uma abstracção, se deve procurar uma aproximação a este modelo, no sentido de, através da defesa e promoção da concorrência, garantir o funcionamento eficiente dos mercados (ou, em rigor, o mais próximo possível da situação ideal de eficiência).

Feito este pequeno intróito, vamos ver em que medida é que a informação do consumidor é importante para o funcionamento eficiente dos mercados.

Tal como referimos, a transparência do mercado é um dos pressupostos para a existência de concorrência perfeita. Sem transparência no mercado não há eficiência na afectação de recursos.

Há três questões básicas que têm que ser respondidas em cada economia – o que produzir?; como produzir?; para quem produzir?. Nas economias de mercado, a primeira questão – o que produzir? –, que é a que agora nos interessa, é respondida pelos consumidores. São estes que, ao fazerem as suas escolhas no mercado, estão como que a votar nos bens que querem que as empresas produzam. Fala-se a esta propósito em *soberania do consumidor*. Na verdade, as empresas só têm interesse em produzir os bens ou prestar os serviços que satisfaçam os desejos dos

³ O produto não era diferenciado.

⁴ Significa a existência de muitas e pequenas empresas a actuar no mercado.

⁵ Que traduz a facilidade de entrada e saída no mercado.

⁶ Existiria, assim, perfeita informação, por parte de todos os agentes económicos, acerca das condições de mercado.

consumidores; se não houver procura de determinado bem, este deixa de ser produzido.

Assim, as empresas, que respondem à questão *como produzir*, afectarão os recursos produtivos à produção de bens que satisfaçam os desejos dos consumidores.

Mas esta situação só se verificará se os consumidores optarem em consciência, e só o poderão fazer se dispuserem de informação suficiente; caso contrário os consumidores não estarão a *votar* nos bens que melhor satisfazem as suas necessidades (obtendo o máximo benefício ao mais baixo custo) mas sim naqueles que erroneamente representam como tal – deixaria de existir uma escolha racional.

Da falta de informação do consumidor resulta a distorção da ponderação custo—benefício feita pelo consumidor, deixando a escolha de ser racional, pelo que falhará o funcionamento eficiente do mercado: não serão as empresas mais eficientes a beneficiar do funcionamento do mercado; os consumidores não maximizarão os seus interesses pessoais; os recursos produtivos de uma economia não serão afectados à produção dos bens que melhor satisfazem os desejos dos consumidores.

Recorrendo à análise económica do direito, podemos, igualmente, fundamentar a existência de normas jurídicas que garantam a informação do consumidor, impondo à contraparte o dever de informar.

Vimos já que o indivíduo actua racional e hedonisticamente, ao procurar os bens que lhe proporcionem o mais elevado grau de satisfação ao menor custo, só consumindo, portanto, determinado bem se o benefício marginal for superior ao custo marginal.

Acontece que o próprio processo de preparação e tomada de decisão negocial implica custos. Entre estes contam-se os *custos de informação*. Ora a decisão de despendar tempo e recursos na obtenção de informação não foge ao princípio da racionalidade. Actuando racionalmente, o consumidor concentra—se nos dados, nas informações, de mais fácil obtenção e compreensão que, simultaneamente, representem para si vantagens compensadoras (por exemplo a informação relativa ao preço ou forma de pagamento), desinteressando-se por aspectos mais obscuros (por exemplo de ordem técnica). Assim, o consumidor integra nos custos a informação que tem que obter para a sua tomada de decisão. Ora, se os custos para a obtenção de determinada informação forem superiores aos benefícios que o consumidor espera que a mesma lhe proporcione, então este, agindo racionalmente, desinteressar-se-á por essa informação em concreto.⁷

Compreende-se, pois, à luz da aplicação do método económico ao direito, a existência de normas jurídicas tendentes a garantir a informação do consumidor.

⁷ Cfr., cit., JOAQUIM DE SOUSA RIBEIRO, O Problema do Contrato. As cláusulas contratuais gerais e o princípio da liberdade contratual, Coimbra, Almedina, 1999.

3. O direito do consumidor à informação na actual lei de defesa do consumidor – lei n.º 24/96 de 31 Julho

Um dos princípios fundamentais do direito do consumo é o princípio da transparência, que se concretiza através do direito à informação. Este princípio concretiza o princípio da boa-fé – princípio rector do direito do consumo – e é instrumental de um outro – o princípio da igualdade material dos contraentes.

Também o direito à informação é instrumental, pois é um meio de garantir os direitos substanciais de protecção da saúde e da segurança física e de protecção dos interesses económicos fundamentais⁸.

A actual Lei de Defesa do Consumidor – Lei n.º 24/96, de 31 de Julho – consagra o direito do consumidor à informação, distinguindo entre *informação em geral* e *informação em particular*.

O Art. 8º, relativo ao *direito à informação em particular*, estabelece o seguinte:

«1- O fornecedor de bens ou prestador de serviços deve, tanto nas negociações como na celebração de um contrato, informar de forma clara, objectiva e adequada o consumidor, nomeadamente sobre características, composição e preço do bem ou serviço, bem como sobre o período de vigência do contrato, garantias, prazos de entrega e assistência após o negócio jurídico.

2- A obrigação de informar impende também sobre o produtor, o fabricante, o importador, o distribuidor, o embalador e o armazenista, por forma que cada elo do ciclo produção consumo possa encontrar-se habilitado a cumprir a sua obrigação de informar o elo imediato até ao consumidor, destinatário final da informação.

3- Os riscos para a saúde e segurança dos consumidores que possam resultar da normal utilização de bens ou serviços perigosos devem ser comunicados, de modo claro, completo e adequado, pelo fornecedor ou prestador de serviços ao potencial consumidor.

4- Quando se verifique falta de informação, informação insuficiente, ilegível ou ambígua que comprometa a utilização adequada do bem ou do serviço, o consumidor goza do direito de retractação do contrato relativo à sua aquisição ou prestação, no prazo de sete dias úteis a contar da data de recepção do bem ou da data de celebração do contrato de prestação de serviços.

5- O fornecedor de bens ou o prestador de serviços que viole o dever de informar responde pelos danos que causar ao consumidor, sendo solidariamente responsáveis os demais intervenientes na cadeia da produção à distribuição que hajam igualmente violado o dever de informação.

⁸ Cfr. CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA, *Os Direitos dos Consumidores*, Coimbra, Almedina, 1982, p. 180.

6- O dever de informar não pode ser delegado ou condicionado por invocação de segredo de fabrico não tutelado na lei, nem pode prejudicar o regime jurídico das cláusulas contratuais gerais ou outra legislação mais favorável para o consumidor.»

A primeira Lei de Defesa do Consumidor – a Lei n.º 29/81, de 22 de Agosto – previa já o direito à informação (em geral e em particular, embora não utilizasse estas denominações), no entanto, foi a Lei n.º 24/96 que introduziu dois importantes instrumentos de reacção, por parte do consumidor, a violações ao seu direito à informação: o direito de retractação e o direito à reparação dos danos.

O direito à informação é, igualmente, consagrado em diversos outros diplomas legais de protecção do consumidor. Alguns destes transpõem directivas comunitárias, as quais prevêm também o direito do consumidor à informação⁹.

Podemos sintetizar os principais aspectos que resultam do *direito à informação em particular*, consagrado no Art.º 8º da actual Lei de Defesa do Consumidor:

Do dever de informar:

- estão vinculados ao dever de informar, para além do fornecedor de bens ou o prestador de serviços, o produtor, o fabricante, o importador, o distribuidor, o embalador e o armazenista, abrangendo, assim, toda a cadeia produção-consumo, de forma a que a informação chegue ao seu destinatário final – o consumidor;

- a obrigação abrange quer a celebração do contrato, quer os seus preliminares;
- a informação prestada deve ser clara, objectiva e adequada ao consumidor;
- essa informação deve incidir, nomeadamente sobre os seguintes aspectos:

- . características;
- . composição;
- . preço;
- . período de vigência do contrato;
- . garantias;
- . prazos de entrega e assistência após o negócio jurídico;

- devem ser comunicados de modo claro, completo e adequado os riscos para a saúde e segurança do consumidor que possam resultar da utilização normal de bens ou serviços perigosos.

Das garantias do consumidor em caso de violação do direito à informação:

- o consumidor goza do *direito de arrependimento* («direito de retractação»), ou seja, goza do direito de voltar atrás na sua decisão de contratar, no prazo de sete dias úteis a contar da data de recepção do bem ou da data de celebração do contrato de prestação de serviços;

⁹ V. por exemplo a Directiva 90/314/CEE do Conselho, de 13 de Junho de 1990, relativa às viagens organizadas e a Directiva 94/47/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de Outubro de 1994, relativa ao direito real de habitação periódica.

- responsabilidade contratual ou pré-contratual dos agentes que violarem o direito à informação, os quais respondem solidariamente.

O consumidor goza, ainda, do *princípio do tratamento mais favorável*: o direito à informação tal como está aqui consagrado não prejudica a aplicação de outra legislação mais favorável ao consumidor.

4. O direito à informação e a teoria geral do negócio jurídico

• Autonomia privada e autodeterminação negocial

A *autonomia privada* pode ser definida como *uma permissão genérica de produção de efeitos jurídicos*¹⁰, correspondendo, assim, a um *espaço de liberdade jurídica atribuído, pelo Direito, às pessoas*¹¹, do qual o princípio da liberdade contratual, consagrado no art. 405º do C.C.¹², é a mais relevante expressão.

O princípio da liberdade contratual abrange a liberdade de celebração e a liberdade de estipulação.

A liberdade de celebração dos contratos consiste na faculdade de contratar ou não contratar, a ninguém podendo ser impostos contratos ou imposta a abstenção de contratar; a liberdade de estipulação do conteúdo contratual consiste na faculdade conferida aos contraentes de fixarem livremente o conteúdo dos contratos.

O princípio da autonomia privada está, no entanto, sujeito a restrições ou limitações. São exemplos de limitações ou restrições: a submissão do objecto do contrato aos requisitos do Art. 280º do C.C., a anulabilidade dos negócios usurários (Art.º 282º C.C.), a exigência de que a conduta das partes se pautar pelo princípio da boa-fé (Art. 762º, n.º 2, C.C., bem como o regime imperativo dos contratos de adesão (Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de Outubro), etc.

Estas restrições e limitações são justificadas pelo imperativo de *autodeterminação* do indivíduo.

Com efeito, *autonomia privada e autodeterminação* são conceitos distintos, podendo esta ser definida como *o poder de cada indivíduo gerir livremente a sua esfera de interesses, orientando a sua vida de acordo com as suas preferências*¹³.

¹⁰ Cfr., cit., MENEZES CORDEIRO, Tratado de Direito Civil Português, I - Parte Geral, Tomo I, Coimbra, Almedina, 1999, p. 169.

¹¹ Idem.

¹² O qual tem a seguinte redacção:

«1. Dentro dos limites da lei, as partes têm a faculdade de fixar livremente o conteúdo dos contratos, celebrar contratos diferentes dos previstos neste código ou incluir nestes as cláusulas que lhes aprovar.

2. As partes podem ainda reunir no mesmo contrato regras de dois ou mais negócios, total ou parcialmente regulados na lei.»

¹³ Cfr. JOAQUIM DE SOUSA RIBEIRO, ob. cit., p. 22.

A autodeterminação situa-se num plano prejudicial, sendo uma forma de expressão da dignidade e individualidade próprias do indivíduo, manifestação do valor absoluto da pessoa humana¹⁴.

O conceito de autonomia privada é mais restrito que o de autodeterminação, tendo com este uma relação de natureza instrumental – a autonomia privada é o princípio operativo da autodeterminação no que diz respeito à configuração jurídica das relações intersubjectivas¹⁵.

Assim, quando um ordenamento jurídico consagra a autonomia privada, deve tomar em consideração se esta é acompanhada pela suficiente autodeterminação dos titulares do poder de autoregulação que lhes é reconhecido. Se tal não suceder, esse poder de autoregulação em que se traduz a autonomia privada deixa de fazer sentido por falta de fundamento, por não ser um meio apto a prosseguir o fim desejado de autodeterminação dos indivíduos no âmbito das relações jurídico-privadas.

Nas palavras de JOAQUIM DE SOUSA RIBEIRO, «O mundo real da contratação privada é o domínio do cálculo e do pensamento estratégico, da procura egoísta de vantagens por sujeitos que se movem num ambiente circunstancial carregado de representações e de significações. Esse dado é normativamente assumido pela ideia de autodeterminação: o que se requer ao agente não é a assépsia de um “véu de ignorância”, mas, pelo contrário, a plena consciência da sua posição e interesses e a capacidade de os afirmar e defender no meio social»¹⁶.

Resulta daqui que a informação é imprescindível para uma escolha consciente e, só assim, verdadeiramente livre – não há autodeterminação sem informação.

Concluimos, assim, que a legislação de defesa do consumidor é mais uma excepção, entre outras já consagradas no âmbito do direito civil, ao princípio da autonomia da vontade em nome da autodeterminação do indivíduo, que neste caso é o consumidor. Ou seja, constituindo a legislação de defesa do consumidor, particularmente no que diz respeito ao dever de informação, uma excepção ao princípio da autonomia privada, tal excepção insere-se num leque de outras admitidas pelo próprio direito civil, não tendo, pois, uma natureza estranha a este.

- **Pacta sunt servanda**

Este princípio afirma que os contratos devem ser cumpridos nos exactos termos em que foram celebrados – uma vez celebrado, o contrato plenamente válido e eficaz

¹⁴ Idem.

¹⁵ Idem, p. 30.

¹⁶ Idem.

constitui lei imperativa entre as partes (*lex privata*). É o que estabelece, entre nós, o Art.º 406º, n.º 1 do C.C.: «O contrato deve ser pontualmente cumprido, e só pode modificar-se ou extinguir-se por mútuo consentimento dos contraentes ou nos casos admitidos por lei».

O princípio *pacta sunt servanda* concretiza-se através de dois outros (sub)princípios: o da *pontualidade* e o da *estabilidade dos contratos*.

O princípio da pontualidade significa que devem ser observadas todas as cláusulas contratuais, ou seja, o contrato deve ser cumprido ponto por ponto, e não apenas no prazo estipulado.

O princípio da estabilidade dos contratos traduz-se na *irretractabilidade* ou *irrevogabilidade* dos vínculos contratuais e na *intangibilidade* do seu conteúdo. Este princípio é um imperativo da confiança entre as partes contratantes e da segurança do comércio jurídico.

No entanto, o Art. 406º, n.º 1, prevê excepções ao princípio da estabilidade dos contratos, as quais podem resultar da vontade das partes, da lei, ou de intervenção judicial.

Interessam-nos particularmente as figuras jurídicas que excepcionam a regra da irretractabilidade: a resolução, a revogação e a denúncia.

A *resolução* pode ser definida como *o acto de um dos contraentes dirigido à dissolução do vínculo contratual, em plena vigência deste, e que tende a colocar as partes na situação que teriam se o contrato não se houvesse celebrado*¹⁷.

O direito de resolução tanto pode resultar da lei como da convenção das partes¹⁸.

A resolução produz, em princípio os mesmos efeitos que a nulidade ou a anulabilidade do negócio jurídico¹⁹.

Assim, a resolução tem, em princípio, eficácia retroactiva (*ex tunc*), salvo nas seguintes situações: quando a retroactividade contrariar a vontade das partes ou a finalidade da resolução²⁰; nos contratos de execução continuada ou periódica a resolução só abrange as prestações já efectuadas se entre estas e a causa da resolução existir um vínculo que o legitime²¹.

Quanto a terceiros, a *resolução* não prejudica os direitos por estes adquiridos, excepto se o acto respeitar a bens registáveis e o registo da acção de resolução anteceder o registo daqueles²².

¹⁷ Cfr. ALMEIDA COSTA, Direito das Obrigações, 6ª Edição, Coimbra, Almedina, p. 259.

¹⁸ Cfr. Art. 432º, n.º 1, C.C..

¹⁹ Cfr. Art. 433º, C.C..

²⁰ Cfr. Art. 434º, n.º 1, C.C..

²¹ Cfr. Art. 434º, n.º 2, C.C..

²² Cfr. Art. 435º, C.C..

São diversas as situações em que o Código Civil consagra o direito de resolução:

- impossibilidade de cumprimento da obrigação – Arts. 801º, n.º 2, 802º e 808º;
- compra e venda de coisas determinadas – Art. 891º;
- venda a contento – Art. 924º;
- venda a retro – Art. 927º;
- locação – Arts. 1047º a 1050º;
- comodato – Art. 1140º;
- mútuo – Art. 1150º;
- empreitada – Art. 1222º;
- renda perpétua – Art. 1235º;
- renda vitalícia – Art. 1242º.

A *revogação* do contrato consiste também numa destruição voluntária da relação contratual pelos próprios autores do contrato. Resulta, pois, em princípio, do acordo entre as partes, mas mesmo no caso de revogação unilateral a revogação distingue-se da resolução por produzir apenas efeitos para o futuro (*ex nunc*).

A distinção entre as figuras da resolução e da revogação torna-se mais difícil tratando-se da destruição unilateral do vínculo contratual em contratos de execução continuada ou periódica.

A *denúncia* consiste na manifestação da vontade de uma das partes, em contratos de prestação duradoura, dirigida à sua não renovação ou continuação.

Destas três figuras são as duas primeiras as que maior relevo assumem no nosso tema de estudo, com particular destaque para a figura da resolução.

Devemos por esse motivo destacar ainda uma relevante expressão da resolução que é a *resolução dos contratos por alteração das circunstâncias*. A análise detalhada desta forma de resolução extravasa as limitações inerentes a um estudo com o propósito deste. Todavia, é importante reter as seguintes ideias: o direito civil procura harmonizar a segurança do comércio jurídico com exigências de justiça; sempre que uma alteração anormal das circunstâncias colocar uma das partes numa situação de particular debilidade, que resulte do cumprimento da obrigação assumida, e que a exigência do cumprimento afecte gravemente os princípios da boa-fé e não esteja coberta pelos riscos próprios do contrato, o direito civil admite a resolução ou modificação do contrato, sobrepondo às vantagens da segurança jurídica um imperativo de justiça²³.

Ora, a Lei de Defesa do Consumidor confere a este o direito de retractação do contrato quando se verifique a falta de informação ou quando esta for insuficiente, ilegível ou ambígua e comprometa a utilização do bem ou serviço²⁴. Este direito de

²³ Cfr. Art. 437º e 252º, n.º 2, do C.C..

²⁴ Cfr. Art. 8º, n.º 4, Lei n.º 24/96, de 31 de Julho.

retractação, que consiste na faculdade reconhecida ao consumidor de este *dar o dito por não dito*, de voltar atrás na sua decisão de contratar, é também designado por *direito de arrependimento ou de desistência*, surgindo, por vezes, na legislação de defesa do consumidor com as denominações de *direito de resolução* ou de *direito de revogação*.

Quer este direito de arrependimento se traduza num direito de resolução quer num direito de revogação, o que releva aqui é que se trata de mais uma excepção ao princípio *pacta sunt servanda*, mas com uma natureza que não é estranha ao direito civil, pelo contrário, a legislação de defesa do consumidor inspira-se nele, e nas excepções à regra da irrevocabilidade nele consagradas, para garantir a protecção dos interesses jurídicos dos consumidores de acordo com o espírito do direito civil e com os valores por ele tutelados.

• Boa-fé e responsabilidade pre-contratual

O princípio da boa-fé é outro dos alicerces da teoria geral do negócio jurídico. Com efeito, o Código Civil português submete à observância deste princípio as três fases fundamentais da relação jurídica contratual:

- formação – Art. 227º, n.º 1;
- integração – Art. 239º;
- execução – Art. 762º, n.º 2.

Refere-se nestes preceitos a *boa-fé objectiva* ou *em sentido ético*, ou seja, a boa-fé como norma de conduta, a qual se distingue da *boa-fé subjectiva* ou *em sentido psicológico*, ou seja, a boa-fé enquanto consciência ou convicção de se ter um comportamento conforme com o direito.

O princípio da boa-fé é consagrado através de uma cláusula geral, devendo ser concretizado a partir das *exigências fundamentais da ética jurídica, que se exprimem na virtude de manter a palavra e a confiança, de cada uma das partes proceder honesta e lealmente, segundo uma consciência razoável, para com a outra parte, interessando as valorações do círculo social considerado, que determinam expectativas dos sujeitos jurídicos*²⁵.

Merece-nos especial atenção, atendendo ao objecto do presente trabalho, a boa-fé na formação dos contratos.

O Art. 227º, n.º 1 do Código Civil estabelece o seguinte: «Quem negocia com outrem para conclusão de um contrato deve, tanto nos preliminares como na formação dele, proceder segundo as regras da boa fé, sob pena de responder pelos danos que culposamente causar à outra parte».

²⁵ Cfr. ALMEIDA COSTA, *Direito das Obrigações*, pp. 96-97.

Este preceito consagra em termos gerais a *responsabilidade pré-contratual* ou *pré-negocial*, indo mais longe do que a tradicional teoria da *culpa in contrahendo*, a qual se limitava à cobertura dos danos culposamente causados à contraparte por invalidade do negócio, abrangendo, a disposição do Art. 227º, n.º 1, os danos resultantes da violação dos deveres acessórios de informação, de esclarecimento e de lealdade que resultam da exigência de uma conduta de acordo com os ditames da boa-fé.

É de salientar que a celebração do contrato ou a sua anulação não afastam a responsabilidade pré-contratual – o Art. 227º, n.º 1, é aplicável tanto no caso de se interromperem as negociações, como no de o contrato se realizar²⁶.

Levanta-se, no entanto, um problema no que diz respeito às situações de erro, mais concretamente no relacionamento entre as exigências da boa-fé resultantes do Art. 227, n.º 1, e o chamado *dolus bonus* admitido pelo Art. 253º, n.º 2, o qual estabelece o seguinte: «Não constituem dolo ilícito as sugestões ou artifícios usuais, considerados legítimos segundo as concepções dominantes no comércio jurídico, nem a dissimulação do erro, quando nenhum dever de elucidar o declarante resulte da lei, de estipulação negocial ou daquelas concepções».

Parece-nos que a resolução deste problema, no âmbito do direito civil, terá de ser feita caso a caso.

A Lei de Defesa do Consumidor, por seu lado, ao estabelecer a obrigação de, *tanto nas negociações como na celebração de um contrato*, informar de forma clara, objectiva e adequada o consumidor, enumerando os principais elementos abrangidos por esse dever²⁷, contribui para a resolução deste problema (no que às relações jurídicas de consumo diz respeito, naturalmente), pois ao concretizar o dever de informação está a delimitar o âmbito de aplicação do Art. 253º, n.º 2: o *dolus bonus* não é admissível relativamente aos elementos enumerados na lei. Com efeito, é o próprio Art. 253º, n.º 2, que admite a restrição, nomeadamente a restrição legal, do âmbito de aplicação do *dolus bonus*, quando diz: «quando nenhum dever de elucidar o declarante resulte da lei».

O Art. 8º da Lei de Defesa do Consumidor, que estabelece o direito de informação em particular, vem, igualmente, na linha do que acontece no âmbito do direito civil, consagrar a responsabilidade pré-contratual. Partindo da figura consagrada no art. 227º, n.º 1, do Código Civil, a Lei 24/96 vem concretizar a cláusula geral de boa-fé no que ao dever de informação diz respeito.

²⁶ Cfr. neste sentido PIRES DE LIMA e ANTUNES VARELA, Código Civil Anotado, 4ª Edição, Vol. I, Coimbra, Coimbra Editora, 1987, pp. 215-216 (nota 1 ao art. 227º).

²⁷ Cfr. Art. 8º, n.º 1 e 3, da Lei n.º 24/96, de 31 de Julho.

Quando analisámos os princípios da autonomia privada e da *pacta sunt servanda*, tivemos oportunidade de salientar que as excepções consagradas pela legislação de defesa do consumidor a tais princípios não têm uma natureza estranha ao direito civil, pelo contrário, são apenas mais um exemplo das excepções já admitidas pelo próprio direito civil, fundando-se tais excepções em valores comuns. Esses valores estão espelhados no princípio da boa-fé que, sendo um pilar da teoria geral do negócio jurídico, e estando presente nos mais diversos institutos consagrados no Código Civil português vigente, é igualmente o princípio rector do direito do consumo.

• Conclusões

Do que fica dito, podemos retirar três ideias fundamentais:

1ª - O direito do consumidor à informação é um **imperativo de ordem social**, nomeadamente por constituir um instrumento ao serviço dos ideais igualitário – de promoção da equidade, ou seja, de justa repartição dos recursos e do poder – e democrático – da submissão do poder económico ao poder político democraticamente eleito.

2ª - É um **imperativo de ordem económica** – não há funcionamento eficiente do mercado sem concorrência efectiva, e esta só é possível quando os consumidores, munidos de informação suficiente, estão aptos a escolherem racionalmente.

3ª - O direito à informação consagrado pela Lei de Defesa do Consumidor, apesar de excepcionar alguns dos princípios fundamentais da teoria geral do negócio jurídico, é indissociável dos valores sobre os quais está alicerçado todo o direito civil. É o próprio direito civil que admite excepções a princípios como o da autonomia privada ou da *pacta sunt servanda*, não constituindo, nesse sentido, qualquer novidade as restrições associadas ao direito à informação. O valor que está subjacente a essas excepções, promanam elas do direito civil ou do direito do consumo, é uma determinada concepção de justiça. – o direito à informação é, pois, um **imperativo de justiça**.

Bibliografia

ALMEIDA, Carlos Ferreira de – *Os direitos dos consumidores*, Coimbra, Almedina, 1982.

ALMEIDA, Teresa – *Lei de Defesa do Consumidor - Anotada*, Lisboa, Instituto do Consumidor, 1997.

CORDEIRO, António Menezes – *Tratado de Direito Civil Português*, I - Parte Geral, Tomo I, Coimbra, Almedina, 1999.

CORREIA, A. Ferrer – *Erro e Interpretação na Teoria do Negócio Jurídico*, Coimbra, Almedina, 1985.

COSTA, Mário Júlio de Almeida – *Direito das Obrigações*, 6ª Edição, Coimbra, Almedina, 1994;

- *Intervenções fulcrais da boa-fé nos contratos*, in *Estudos de Direito do Consumidor*, N.º 2, Coimbra, Centro de Direito do Consumo – Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, 2000.

FERREIRA, Durval – *Erro negocial e alteração de circunstâncias*, Coimbra, Almedina, 1995.

FRANK, Robert H. – *Microeconomia e comportamento*, 3ª Edição, McGraw-Hill, 1998.

FROTA, Mário – *Os contratos de consumo: realidades sócio-jurídicas que se perspectivam sob novos influxos*, in *Vida Judiciária*, n.º 42, Dezembro de 2000, pp. 22 – 29.

LIMA, Pires de / VARELA, Antunes – *Código Civil Anotado*, 4ª Edição, Vol. I, Coimbra, Coimbra Editora, 1987.

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

MARTÍNEZ, Soares – *Economia Política*, 8ª Edição, Coimbra, Almedina, 1998.

MONCADA, Luís S. Cabral de – *Direito Económico*, 3ª Edição, Coimbra, Coimbra Editora, 2000.

MONTEIRO, António Pinto – *Quadro jurídico da protecção do consumidor*, in *Forum Iustitiae: Direito & Sociedade*, Ano I, n.º 1, Junho de 1999, pp. 44 – 46.

MONTEIRO, Sinde – *Responsabilidade por conselhos, recomendações ou informações*, Coimbra, Almedina, 1989.

NORONHA, Fernando – *O Direito dos contratos e seus princípios fundamentais*, São Paulo, Saraiva, 1994.

PINTO, Carlos Alberto da Mota – *Teoria Geral do Direito Civil*, 3ª Edição, Coimbra, Coimbra Editora, 1994.

RIBEIRO, Joaquim de Sousa – *O Problema do Contrato. As cláusulas contratuais gerais e o princípio da liberdade contratual*, Coimbra, Almedina, 1999.

SÁ, Almeno de – *Cláusulas contratuais gerais e directiva sobre cláusulas abusivas*, 2ª Edição, Coimbra, Almedina, 2001.

SAMUELSON, Paul A./ NORDHAUS, William D. – *Economia*, 14ª Edição, McGraw-Hill, 1993.

TENREIRO, Mário – *Novas perspectivas para uma política europeia do consumidor*, in *Forum Iustitiae: Direito & Sociedade*, Ano I, n.º 1, Junho de 1999, pp. 63 – 66.

VARELA, João Matos de Antunes – *Das Obrigações em geral*, Vol. I, 8ª Edição, Coimbra, Almedina, 1994, e Vol. II, 6ª Edição, Coimbra, Almedina, 1995.

VAZ, Manuel Afonso – *Direito Económico*, 3ª Edição, Coimbra, Coimbra Editora, 1994.