



FACULDADE DE DIREITO
LICENCIATURA EM DIREITO

**A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELECTRÓNICO
MOÇAMBICANO**

Autora: Énia de Figueiredo Rosário

Supervisor: Me. Faizal de Abreu

Maputo, Fevereiro de 2025



FACULDADE DE DIREITO
LICENCIATURA EM DIREITO

A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELECTRÓNICO
MOÇAMBICANO

Monografia apresentada à Faculdade de Direito da Universidade Eduardo Mondlane como requisito parcial para obtenção do Grau de Licenciatura em Direito.

Autora: Énia de Figueiredo Rosário

Supervisor: Me. Faizal de Abreu

Maputo, Fevereiro de 2025



FACULDADE DE DIREITO
LICENCIATURA EM DIREITO

**A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELECTRÓNICO
MOÇAMBICANO**

MEMBROS DO JÚRI

MONOGRAFIA PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIATURA EM DIREITO

Presidente: _____

Orientador: _____

Arguente: _____

Énia de Figueiredo Rosário

Maputo, ____/____/____

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Eu, **Énia de Figueiredo Rosário**, declaro, por minha honra, que o conteúdo das páginas que se seguem é de minha autoria, decorrendo do estudo, investigação e recomendações do meu supervisor, e que nunca foi apresentado, no todo ou em parte, para obtenção de qualquer grau académico em nenhuma instituição de ensino. As fontes consultadas foram devidamente citadas e referenciadas.

A Autora

(Énia de Figueiredo Rosário)

Maputo, _____ de 2025

DEDICATÓRIA

Dedico ao meu filho, **KHAIL HÉLDER CUNA**, que sempre foi a minha força motriz.

AGRADECIMENTOS

Primeiro *agradecer* a Deus por permitir-me concluir a parte curricular.

Aos meus pais, por apostarem no meu sonho de frequentar e concluir o curso de Direito.

Principalmente ao meu marido, Hélder Cuna, pelo apoio emocional e financeiro, durante a minha formação.

Por fim, ao meu Supervisor **Me.** Faizal de Abreu, pela paciência e apoio nesta jornada.

EPÍGRAFE

*A internet é um mundinho perigoso e encantador,
todo o cuidado é pouco*

(S. Diks)

RESUMO

A presente monografia dedicada ao tema “**A vulnerabilidade do consumidor no comércio electrónico moçambicano**” trata de um estudo que analisa a posição do consumidor no contexto electrónico moçambicano na relação jurídica de consumo. Assim, estuda-se na perspectiva da legislação moçambicana e das instituições que se dedicam a protecção do consumidor. Para tal, dedicou-se o estudo a atenção ao regime da Lei das Transacções Electrónicas, e por remissão desta, a Lei da defesa do consumidor e o respectivo regulamento. Do estudo feito conclui-se que, perante a vulnerabilidade do consumidor no comércio electrónico, a protecção ao nível legal é deficiente, na medida que o legislador nos remete ao regime constante da Lei da defesa do consumidor, uma lei feita sem relevar as condições e circunstâncias actuais do comércio electrónico. Mais ainda, os meios que o legislador coloca à disposição do consumidor para fazer valer os seus direitos são arcaicos considerando a relação e além desta constatação, verifica-se que o quadro institucional da protecção do consumidor é ineficaz e, por maioria de razão, deficiente, pois não actuam em regime de fiscalização e nem regulamentação das relações de consumo realizadas no mundo electrónico.

Palavras-chave: vulnerabilidade, consumidor, electrónico, contrato, protecção.

ABSTRACT

This monograph, dedicated to the theme “**Consumer vulnerability in Mozambican e-commerce**”, deals with a study that analyzes the position of the consumer in the Mozambican electronic context in the legal consumer relationship. Thus, it is studied from the perspective of Mozambican legislation and institutions dedicated to consumer protection. To this end, the study focused on the regime of the Electronic Transactions Law, and by reference to this, the Consumer Protection Law and the respective regulations. The study concluded that, given the vulnerability of consumers in electronic commerce, legal protection is deficient, as the legislator refers us to the regime set out in the Consumer Protection Law. A law made without taking into account the current conditions and circumstances of electronic commerce. Furthermore, the means that the legislator makes available to the consumer to assert their rights are archaic considering the relationship and, in addition to this finding, it is clear that the institutional framework for consumer protection is ineffective and, for the most part, deficient, as it does not act as a system of inspection or regulation of consumer relations carried out in the electronic world.

Keywords: vulnerability, consumer, electronic, contract, protection.

PRINCIPAIS ABREVIATURAS

- **Al. (s)** – Alínea (s)
- **Apud.** – Citado por
- **Art. (s)** – Artigo (s)
- **CRM** – Constituição da República de Moçambique
- **C.C** – Código Civil
- **Cfr.** – Confira/confrontar
- **DECOM** – Departamento de Defesa Comercial
- **DL** – Decreto-Lei
- **Ed.** – Edição
- **Idem ou Id.** - do mesmo autor
- **Ibidem ou Ibid.**– na mesma obra
- **INAE** – Instituto Nacional das Actividades Económicas
- **LC** – Lei do Consumidor
- **LDC** –Lei da defesa do consumidor
- **LTE** – Lei das Transacções Electrónicas
- **MIC** – Ministério da Industria e Comércio
- **N.º(s)** – número(s)
- **Op. cit.** – (*Opere Citato*) – obra citada
- **Pág.** – Página
- **RLDC** – Regulamento da Lei de defesa do consumidor
- **S.a** – Sem ano de publicação
- **Ss.** – Seguintes
- **V** – Ver
- **V.g.,** -Por exemplo
- **Vol.** – Volume

ÍNDICE

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE	ii
DEDICATÓRIA.....	iii
AGRADECIMENTOS	iv
EPÍGRAFE	v
RESUMO	vi
PRINCIPAIS ABREVIATURAS	viii
INTRODUÇÃO	1
OBJECTIVOS	2
DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	3
METODOLOGIA DE PESQUISA	3
ESTRUTURA DO TRABALHO	4
CAPÍTULO I - O DIREITO DO CONSUMIDOR	5
1. Conceito de Consumidor	5
1.1. Elemento subjectivo	6
1.2. Elemento objectivo.....	6
1.3. Elemento teleológico.....	6
1.4. Elemento relacional.....	6
2. Evolução histórica do direito do consumidor na ordem jurídica moçambicana.....	7
3. Princípios do Direito do Consumidor	8
3.1. Princípio da boa-fé objectiva.....	8
3.2. Princípio da vulnerabilidade do consumidor.....	9
3.3. Princípio da responsabilidade civil	9
4. Relação de consumo	10
4.1. Elementos subjectivos	11
4.2. Elementos objectivos.....	11
4.3. Elemento Finalístico/ Teleológico	12
CAPÍTULO II - COMÉRCIO ELECTRÓNICO.....	13

1. Definição do comércio electrónico.....	13
2. Contratos electrónicos	14
2.1. Classificação dos contratos electrónicos	15
3. A tutela do consumidor no comércio electrónico em Moçambique.....	16
3.1. Direito à qualidade dos bens e serviços	17
3.2. Direito a protecção da vida, saúde e da segurança física	18
3.3. Direito a informação.....	18
3.4. Direito a protecção jurídica e uma justiça acessível e pronta	19
3.5. Direito a protecção contra a publicidade enganosa e abusiva.....	20
3.6. Direito ao arrependimento.....	20
CAPÍTULO III- A PROTECÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELECTRÓNICO	
MOÇAMBICANO	22
1. Considerações gerais	22
2. A Protecção legal do consumidor no comércio electrónico	23
2.1. Protecção substantiva do consumidor no comércio electrónico.....	23
2.2. Protecção adjectiva do consumidor no comércio electrónico	25
3. Ónus de Prova nas relações de consumo no comércio electrónico	27
4. Instituições de defesa dos direitos do consumidor	28
4.1. Associação de defesa do consumidor de Moçambique (DECOM).....	28
4.2. ProConsumers - Associação para o estudo e defesa do consumidor.....	29
4.4. Outras Instituições.....	31
CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES.....	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34
Manuais.....	34
Legislação	35
Artigos	35
Outras fontes	36
Sites da internet.....	36

INTRODUÇÃO

O presente Trabalho de Fim de Curso (TFC) tem como tema: **“A vulnerabilidade do Consumidor no Comércio Electrónico Moçambicano”**. O ambiente consumista moçambicano tem passado por inúmeras mudanças nos últimos anos, as quais estão relacionadas directamente com as novas tecnologias que possibilitaram o surgimento do consumo por meios electrónicos, no entanto, essa velocidade do aumento do consumo, feita por esses meios, não vem sendo acompanhada na mesma rapidez pelas leis, decretos e órgãos de fiscalização ou protecção ao consumidor. A regulamentação do comércio electrónico encontra dificuldades na ausência de normas jurídicas e instituições especializadas na supervisão e fiscalização das relações que dela resultam.

A escolha do tema justifica-se pelo facto de, nos últimos anos, desde a eclosão da pandemia de 2019, a contratualidade no meio electrónico moçambicano ter evoluído de um modo complexo o que faz com que o comércio electrónico seja uma das vias mais usadas actualmente devido as suas vantagens. A abordagem do tema poderá perspectivar melhorias ao direito do consumidor influenciando o legislador a elaborar leis que possibilite a diminuição das vulnerabilidades a que o consumidor está exposto e, por último, poderá influenciar o Estado a preocupar-se na criação de institutos visando a supervisão da contratação no comércio electrónico.

A Lei e o regulamento da defesa do consumidor foram criados com o objectivo de proteger o consumidor, haja vista ser este o elo mais enfraquecido da relação consumista. Quando olhamos a figura do consumidor para o comércio electrónico, torna-se necessário ser cauteloso na medida que a internet acaba sendo um fórum com facilidades de fornecedores de má-fé aplicarem golpes, sobre tudo, pela inexistência da relação *face to face*. O consumidor está mais susceptível à fraudes e práticas comerciais desleais. Além disso, a ausência de mecanismos claros de protecção, como a impossibilidade de verificação imediata do produto ou serviço adquirido, cria uma relação assimétrica em que o fornecedor tem uma vantagem significativa.

O comércio electrónico é novo com um desenvolvimento rápido, complexo, distante senão desterritorializado. A celebração de contrato na virtualidade traz uma pressão para que o consumidor adquira o produto ou serviço, pois aquando da aquisição o consumidor sujeita-se a fideducias de que o serviço ou bem adquirido chegará a si, no entanto, sabe-se desde logo que

inexistem mecanismos concretos de que o consumidor se possa servir caso os bens adquiridos não a si cheguem. A distância física entre o fornecedor e o consumidor é um factor que aumenta a vulnerabilidade na relação de consumo.

Disto, no comércio electrónico apresentam-se vários problemas que têm a ver com a execução do contrato, quais sejam: o descumprimento de ofertas, entrega de produtos com vícios, problemas na garantia e trocas, violação do direito de arrependimento e informações de *sites* falsos. Diante disto, em Moçambique, os consumidores demonstram uma grande desconfiança em relação à segurança nas transacções electrónicas. Muitos deles temem que seus dados pessoais e financeiros sejam desviados ou mal utilizados, o que leva a uma relutância em realizar compras *on-line*. Aliado a questão de dados pessoais, demonstram a insegurança e incerteza na eficiência e eficácia do comércio electrónico na medida que a Lei das transacções electrónicas não regula muitas situações muito frequentes na prática.

A ausência de políticas claras do consumidor no comércio electrónico em Moçambique, de devolução de produtos, de garantia de qualidade e suporte ao consumidor deixa muitos usuários inseguros quanto à fiabilidade das compras *on-line*¹. Nesta ordem de ideias, pergunta-se: **até que ponto o quadro legal e institucional de defesa de direito do consumidor, no contexto electrónico moçambicano, protege este de modo que não seja vítima de danos perante a sua vulnerabilidade?**

Hipóteses

- A legislação moçambicana de defesa do consumidor oferece alguma protecção no contexto electrónico.
- Existe eficácia na protecção dos consumidores que adquirem produtos através do comércio electrónico em Moçambique.
- Existem melhorias jurídicas se podem adoptar para melhor protecção do consumidor no comércio electrónico moçambicano.

OBJECTIVOS

Objectivo geral:

¹<https://wwwprofile.co.mz/os-desafios-do-comercio-electronico-no-pais/> acessado no dia 19 de Outubro pelas 18 horas.

- Compreender o fenómeno relativo à vulnerabilidade e aos mecanismos de protecção do consumidor no comércio electrónico moçambicano.

Objectivos específicos:

- Descrever a tutela jurídica do consumidor electrónico em Moçambique em atenção a Lei da defesa do consumidor.
- Discutir a protecção do consumidor em atenção a Lei das transacções electrónicas no contexto electrónico em Moçambique.
- Propor soluções para melhoria da tutela do consumidor no mundo electrónico.

DELIMITAÇÃO DO TEMA

Espacial

O presente trabalho será feito no âmbito da ordem Jurídica Moçambicana, embora não se olvide a susceptibilidade de recurso aos ordenamentos jurídicos estrangeiros.

Temporal

O presente tema tendo em consideração os factos ocorridos entre os anos 2019 a 2025, aquando da vigência na Lei da defesa do consumidor, Lei n.º 22/2009 de 28 de Setembro Lei de defesa do consumidor e Decreto n.º 27/2016 de 18 de Julho de 2016 que aprova o regulamento da lei da defesa do consumidor e Lei n.º 3/2017 de 9 de Janeiro, Lei das Transacções electrónicas.

METODOLOGIA DE PESQUISA

O presente trabalho materializa-se com recurso ao método de investigação directa traduzido na observação, bem como na investigação indirecta traduzida na análise bibliográfica recorrendo a manuais, monografias, dissertações de mestrado, artigos científicos e revistas jurídicas, fora a interpretação da legislação nacional e internacional vigente no país pertinentes sobre o caso.

Tipo de pesquisa

- a) Quanto ao método de abordagem, a pesquisa será dedutiva uma vez que, tem por base uma análise que parte de um estudo geral para a compreensão dos aspectos e conteúdos particulares discutidos no trabalho;
- b) Quanto à abordagem do problema, esta pesquisa será qualitativa pois, admite que tudo quanto possa influir para as conclusões e recomendações do presente trabalho sejam tidas como sendo de qualidade, desde a doutrina, bem como a qualidade no seio da interpretação legal e jurisprudencial;
- c) Quanto ao procedimento, nesta pesquisa ocorre mediante o confronto da doutrina, por meio da análise de material já elaborado, constituído por manuais e artigos, e da legislação e jurisprudência.

ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho está dividido em 3 capítulos. Sendo que no primeiro denominado: O Direito do consumidor, pretende-se compreender as noções gerais do direito do consumidor, quais sejam: a noção do consumidor, da relação jurídica de consumo, seus elementos e dos princípios informantes daquele ramo de direito. No segundo capítulo denominado o comércio electrónico faz-se a abordagem focando-se em três aspectos quais sejam: a fixação do sentido do que se entende por comércio electrónico, o contrato electrónico e a tutela do consumidor no comércio electrónico na perspectiva dos direitos que lhe assistem, por fim, no terceiro capítulo, denominado, A protecção do consumidor no comércio electrónico moçambicano faz-se a discussão das questões principais do trabalhado iniciando pela discussão ao nível legal, tanto substantivamente como adjectivamente e, por fim, a nível institucional.

CAPÍTULO I - O DIREITO DO CONSUMIDOR

1. Conceito de Consumidor

Antes de trazer o conceito de consumidor, importa fazer breve referência ao direito do consumidor. O direito do consumidor é um dos ramos do direito privado que permeiam o ordenamento jurídico pátrio, responsável em disciplinar as relações de consumo e ao menos tentar manter o equilíbrio entre as partes na hora de contratarem. O presente capítulo tem por objecto a abordagem de questões gerais do Direito do Consumidor que servirão de base para a compreensão do conteúdo dos capítulos subsequentes, bem assim, especificamente, da discussão que se pretende fazer.

A semelhança da maioria dos ordenamentos jurídicos, o legislador moçambicano consagrou o conceito de consumidor num instrumento próprio, designado Lei do Consumidor ou comumente, Lei de Defesa do Consumidor (Lei n.º 22/2009 de 28 de Setembro, abreviadamente LDC), concretamente no seu anexo, da seguinte forma: “*Consumidor - Todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados ao uso não profissional, ou tarifa, por qualquer pessoa que exerça com carácter profissional uma actividade económica que vise a obtenção de benefícios*”².

Atento ao conceito legal acima transcrito, pode analisar-se o conceito de consumidor com referência a quatro elementos quais sejam³:

- Elemento subjectivo;
- Elemento objectivo;
- Elemento teleológico;
- Elemento relacional.

²Cfr. Glossário da Lei 21/2009 de 28 de Setembro e o glossário do Decreto n.º 27/2016 de 18 de Julho que aprova o regulamento da Lei da Defesa do consumidor.

³ KENNEDY, John F. (2019/2020). *Direito do Consumo - Consumidores, por definição, somos todos nós*, Parte I. Pág. 7.

1.1. Elemento subjectivo

Este elemento é percebido pela referência "*todo aquele*". O legislador reconheceu as dificuldades que a conceituação ou interpretação de consumidor pode oferecer, tendo para superar tal dificuldade pautado por um conceito amplo. Assim, *todo aquele* abrange todas as pessoas, físicas ou jurídicas – embora depois sofra uma restrição devido ao elemento teleológico, como adiante se verá⁴.

1.2. Elemento objectivo

“A quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos”. Esta transmissão de direitos, normalmente para o contexto que nos interessa, terá como elemento de base ou suporte um contrato de consumo na sua variada diversidade. Podem servir de exemplo os seguintes contratos: o contrato de financiamento para o consumo, contrato de compra e venda civil, seguro, contrato de prestação de serviços, etc.

1.3. Elemento teleológico

Destinados a uso não profissional (uso privado). Segundo Marques, consumidor é o não-profissional que retira da cadeia de fornecimento (produção, financiamento e distribuição) o produto ou serviço em posição estruturalmente mais fraca. É o agente vulnerável do mercado de consumo, sendo destinatário final económico dos produtos ou serviços oferecidos pelos fornecedores⁵.

1.4. Elemento relacional

“Por uma pessoa que exerça com carácter profissional uma actividade económica que vise a obtenção de benefícios”. Aqui não releva a natureza pública ou privada da actividade exercida pelo profissional, mas no respeito às entidades públicas, é necessário que trate de uma actividade económica desenvolvida pela administração⁶ - o que afasta das relações de consumo

⁴KENNEDY, John F. (2019/2020). *Op. Cit.* Pág. 7.

⁵ MARQUES, Cláudia Lima (2004). *Confiança no comércio electrónico e a protecção do consumidor*: (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio electrónico). São Paulo: Revista dos Tribunais, P. 26.

⁶ Entenda-se por administração – administração indirecta do Estado que abrange às empresas públicas, participadas pelo Estado, entre outras.

aquelas que se estabelecem com a administração relativas a serviços que constituem missão do Estado⁷, como, por exemplo: à justiça, polícia, serviço nacional de saúde ou educação pública.

2. Evolução histórica do direito do consumidor na ordem jurídica moçambicana

Em Moçambique, logo após a luta de libertação nacional aos 25 de Junho de 1975, aprovada por aclamação pelo Comité Central da Frente de Libertação de Moçambique a Constituição da República Popular de Moçambique⁸, na qual se adoptou uma orientação socialista leninista em que o Estado passou a assumir o papel de produtor e distribuidor. Neste período, a ideia de defesa do consumidor era incipiente, sem normas claras que protegessem os consumidores contra práticas comerciais abusivas ou os direitos em relação a bens e serviços.

Curiosamente, mesmo com adopção do capitalismo ou sistema de mercado em 1990, o legislador não se referiu a nível constitucional ou ordinário ao consumidor. Embora já se sentisse a necessidade de regular as relações de consumo, não havia uma legislação do direito do consumidor no país.

Só foi com aprovação da constituição de 2004 que, pela primeira vez, em Moçambique, a nível legal o direito do consumidor passou a ter existência e tutela jurídica concretamente no seu art.º 92, com a epígrafe *Direito dos Consumidores*. Volvidos 5 anos depois, aprovou-se a Lei n.º 22/2009 de 28 de Setembro que estabelece o regime jurídico de protecção do consumidor e o regulamento da lei de defesa do consumidor, aprovado pelo Decreto n.º 27/2016 de 18 de Julho, cerca de 7 anos depois.

Os direitos básicos do consumidor encontram-se, de forma aglutinada, no artigo 5 da LDC dos quais sejam: direito a qualidade dos bens e serviços⁹; protecção da vida, saúde e da segurança física¹⁰; formação e à educação para consumo¹¹; direito a informação para o consumo¹²; protecção dos interesses económicos¹³ prevenção e à reparação dos danos patrimoniais ou não patrimoniais que resultem da ofensa de interesses ou direitos individuais

⁷ Neste caso, o beneficiário dos serviços que constituem missão do Estado é designado *utente*.

⁸ WATY, Teodoro Andrade (2011). *Direito Económico*. W&W Editora. Maputo. Pág. 17.

⁹ Cfr. Alínea a) do artigo 5 da LDC.

¹⁰ Cfr. Alínea b) do mesmo artigo da LDC.

¹¹ Cfr. Alínea c) do mesmo artigo da LDC.

¹² Cfr. Alínea d) do mesmo artigo da LDC.

¹³ Cfr. Alínea e) do mesmo artigo da LDC.

homogéneos, colectivos ou difusos¹⁴; protecção jurídica e uma justiça acessível e pronta¹⁵; participação, por via representativa, na definição legal ou administrativa dos seus direitos e interesses¹⁶ e protecção contra a publicidade enganosa e abusiva¹⁷.

3. Princípios do Direito do Consumidor

Os princípios do Direito são o fundamento e o limite da interpretação das normas¹⁸, *in casu*, as de defesa do consumidor constituem as balizas para o poder político, da sociedade e do cidadão¹⁹. No presente estudo não se estudaram todos os princípios norteadores do direito do consumidor, mas alguns pertinentes para a abordagem que será feita, passemos a abordagem.

3.1. Princípio da boa-fé objectiva

É ponto assente na História do Direito que a boa-fé não foi desde sempre reconhecida expressamente na sociedade, ou seja, não foi sempre objecto de reconhecimento expresso nas diferentes fases da história da humanidade, mas ela sempre existiu, com variadas incidências históricas²⁰.

O Princípio da Boa-fé ou colaboração intersubjectiva refere-se ao modo como os particulares devem actuar, por isso, diz-nos “como se pode fazer” (agir de modo honesto, correcto e leal) e por último, o princípio da Responsabilidade Patrimonial consubstancia as consequências que decorrem da violação dos deveres legais. Por conseguinte, diz-nos “o que sucede em caso de prevaricação no regime jurídico moçambicano, este princípio aparece de forma dispersa vem vários preceitos, nomeadamente no (n.º 1 do art.º 11), (n.º 1 do art.º 21), (al

¹⁴Cfr. Alínea f) do mesmo artigo da LDC.

¹⁵Cfr. Alínea g) do mesmo artigo da LDC.

¹⁶Cfr. Alínea h) do mesmo artigo da LDC.

¹⁷Cfr. Alínea i) do mesmo artigo da LDC.

¹⁸ Os princípios são diferentes das regras, pois, por um lado, estas, ao contrário daqueles, expressam deveres e direitos definitivos, ou seja, se uma regra é válida, então deve realizar-se exactamente aquilo que ela prescreve, nem mais, nem menos. Por outro lado, os princípios não produzem efeitos jurídicos junto de terceiros, deles não derivam directamente nem direitos, nem obrigações. Pelo critério de aplicação dir-se-á que a regra jurídica é, portanto um critério para a decisão de casos concretos, ao passo que, o princípio não é um critério de decisão para um caso concreto na medida que não se aplica directamente aos casos concretos. Nesse sentido, V: DA SILVA, Virgílio Afonso. *Princípios e regras: Mitos e equívocos acerca de uma distinção* in Revista Latino-Americana de Estudos Constitucionais 1 (2003), p.612; OLIVEIRA, José ascensão de (2007). *O direito: introdução e teoria geral uma perspectiva luso-brasileira*. 7ª Edição, Coimbra, Livraria almedina, pág. 516;

¹⁹ BONAVIDES, Paulo (2000). *Ciência Política*. 10ª Edição, Revista e Atualizada. São Paulo. Pág. 171

²⁰GUNE, Boaventura (2022). *Das Obrigações - 3º Ano Jurídico - Tópicos das Lições Proferidas*. Maputo. Pág. 82.

d) do n.º 1 do art.º 22), (al j) do n.º1 do art.º 35) todos da Lei do consumidor. A boa-fé acompanha todo itinerário contratual desde a sua fase embrionária (n.º1 do art.º 227), estabelecendo critérios interpretativos (art.º 236 do CC), de integração (art.º 239), sua execução (art.º 334 do CC), outrossim, na supressão da obrigação (n. 2 do art.º 762).

3.2. Princípio da vulnerabilidade do consumidor

A vulnerabilidade do consumidor aparece ainda que timidamente reconhecida nos termos do (n.º 3 do art.º 23 da LDC) e sendo certo que constitui o principal fundamento para protecção do consumidor quer a nível constitucional, quer ordinário²¹. A vulnerabilidade é uma situação permanente ou provisória, individual ou colectiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, constitui o desequilíbrio da relação de consumo²². A fragilidade do consumidor é real e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho económico.

O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala de meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação e distribuição de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido²³.

O segundo aspecto, o económico, diz respeito à maior capacidade económica que, por via de regra, o fornecedor tem em relação ao consumidor. É facto que haverá consumidores individuais com boa capacidade económica e às vezes até superiores aos pequenos fornecedores. Mas essa é a excepção da regra geral²⁴.

3.3. Princípio da responsabilidade civil

Princípio da responsabilidade objectiva e da solidariedade obrigacional fazem uma repressão eficientes aos abusos, que visa proteger o consumidor de todos os meios possíveis de actos que

²¹ Vide SILVA, Gabriel Ribeiro Pereira (2021). *Direito do Consumidor*, 2ª edição, Brasília. Pág.17.

²² MARQUES, Cláudia Lima *apud* SILVA, Gabriel Ribeiro Pereira (2021). *Direito do Consumidor*, 2ª edição, Brasília. Pág.17.

²³ Vide NUNES, Rizzatto (2018.) *Curso de direito do consumidor*. 12ª Ed. Saraiva Educação, São Paulo. Pág. 122

²⁴ *Idem*. Pág. 123.

possam ser praticados no mercado de consumo, bem como o incentivo a criação de meios eficientes na solução de conflitos pelos fornecedores²⁵. A ideia de abuso está intimamente ligada ao conceito de direitos, tendo em vista que abusar significa actuar de forma desproporcional e de forma contrária aos critérios de igualdade de determinada conduta reconhecida, em princípio, tida como lícita. Sendo assim, o dispositivo protege o consumidor de produtos ou serviços que não atinjam o padrão de qualidade mínimo desejado. Segundo o entendimento de Filomeno, os produtores e fornecedor devem se amoldar aos novos ditames de qualidade dos produtos, buscando assim o melhor contentamento de seus consumidores²⁶. Dada maior conexão entre o princípio e o tema em crise, analisaremos este princípio com maior profundidade no terceiro capítulo, sendo que por agora, convém parar por aqui.

4. Relação de consumo

Para que se aplique a Lei de defesa do Consumidor, é fundamental que exista uma relação jurídica²⁷ de consumo. Interessa referir que, de acordo com a técnica legislativa moçambicana, não existe na LC uma definição específica sobre o que seja relação de consumo²⁸.

A expressão relação jurídica comporta mais de uma acepção. Newton de Lucca afirma ser a relação jurídica de consumo uma espécie do género relação jurídica. Apresenta certas características próprias que determinam um cuidado especial quanto a interpretação e alcance. Por isso, apresenta o conceito de relação de consumo utilizando-se do recurso da dicotomia²⁹.

Segundo este autor, *“a relação de consumo é o negócio jurídico no qual o vínculo entre as partes se estabelece pela aquisição para utilização de um produto ou serviço, sendo o*

²⁵MODESTO, Igor Franca; COELHO, Francisco Manuel de Brito Pereira (2016). *Consumidor: Aspecto Jurídicos para sua Protecção Através da Perspectiva Luso-Brasileira*. Revista a Barriguda. Campina Grande. Pág.20.

²⁶ FILOMENO, José Geraldo Brito (2007). *Manual de Direito do Consumidor*, 9ª.Ed. Atlas, São Paulo. Pág. 15

²⁷ A relação jurídica *“é toda a relação da vida social relevante para o Direito, isto é, produtiva de efeitos jurídicos e, portanto, disciplinada pelo Direito”*. Cfr., FERNDES, Luís A. Carvalho (2009), *Teoria geral do Direito civil*, 5.ª Edição, Universidade Católica editora, Lisboa. P - 107.

²⁸Ministério da Justiça. (2014) *Manual de Direito do Consumidor*. 4ª Edição – Revista e Actualizada. Brasília. Pág. 17.

²⁹ Idem. Pág. 156

consumidor como adquirente na qualidade de destinatário final e o fornecedor na qualidade de vendedor”³⁰.

De todo modo optou o legislador pátrio por conceituar apenas os sujeitos da relação, consumidor e fornecedor, assim como o seu objecto, produto ou serviço. No caso, são considerados conceitos relacionais e dependentes. Só existirá um consumidor se também existir um fornecedor, bem como produto ou serviço. Os conceitos em voga não se sustentam de *per si*, nem podem ser tomados isoladamente. Assim, a relação jurídica de consumo necessita em si de três elementos, nomeadamente: a) elementos subjectivos (*a existência de um consumidor e de um fornecedor*); b) elementos objectivos (*a existência de um produto ou serviço*) e; c) elemento finalístico/teológico (*a aquisição ou utilização de produto ou serviço como destinatário final*)³¹. De modo resumido passemos a abordar cada um deles.

4.1. Elementos subjectivos

A relação de consumo somente se materializa quanto ao elemento subjectivo se, num dado caso concreto, estiver presente um consumidor e um fornecedor. O conceito de consumidor já foi suficientemente discutido nas primeiras páginas do presente trabalho, pelo que, de modo a evitar redundância remetemos para abordagem já feita.

Fornecedor é definido no glossário da LDC e RLDC como sendo *“todas as pessoas singulares ou colectivas publicas ou privadas com caracter profissional (incluindo profissionais liberais), que habitualmente desenvolvem actividades de produção, fabrico, importação, construção, distribuição ou comercialização de bens ou serviços a consumidores mediante a cobrança de um preço”*.

4.2. Elementos objectivos

A relação de consumo somente se concretiza, quanto ao elemento objectivo, se estiver presente um produto ou serviço a ser negociado entre o consumidor e o fornecedor. O produto é,

³⁰ LUCCA, Newton de *apud* OLIVEIRA, Júlio Morais (2019). *Direito do Consumidor Contemporâneo*. D’Plácido. Belo Horizonte. Pág. 75.

³¹ GARCIA, Wander (2014). *Super-Revisão: Concursos Jurídicos*. 3. Ed. Indaiatuba: Editora Foco Jurídico. Pp. 4-8.

segundo definição legal, “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”³². No que respeita ao aspecto da materialidade ou imaterialidade do produto, o conceito é o mesmo da legislação civil. Mas, por conta do facto de o LDC ter definido produto como imaterial, é de perguntar que tipo de bem é esse que poderia ser oferecido no mercado de consumo. Segundo Neves³³, a preocupação da lei é garantir que a relação jurídica de consumo esteja assegurada para toda e qualquer compra e venda realizada. Por isso, o legislador fixou os mais genéricos conceitos possíveis, com a pretensão de que nada lhe escapasse. Assim, a designação “produto” deve ser utilizada, por exemplo, nas actividades bancárias (ex. mútuo, aplicação em renda fixa, caução de títulos etc.). Tais “produtos” encaixam-se, então, na definição de imateriais.

Já, o serviço é definido no glossário da LDC e do RLDC como “qualquer actividade fornecida no mercado de consumo mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de carácter laboral”³⁴. Importante destacar que para que se tenha um serviço regido pelo LDC, deve-se tratar de uma actividade fornecida no mercado de consumo, isto é, que envolva oferta ao mercado, produção em série, oferecimento ao público, ofertas em veículos de comunicação etc.³⁵.

4.3. Elemento Finalístico/ Teleológico

Por fim, é necessário o elemento finalístico, qual seja, que o consumidor adquira ou utilize produtos ou serviço como destinatário final. Segundo Braga Netto³⁶, é a necessidade, legalmente imposta de que a aquisição do produto ou a fruição do serviço não ocorra com fins profissionais.

³²Cfr. Glossário da LDC e do RLDC.*/*

³³ NEVES, Thiago Ferreira Cardoso. *O Comércio eletrônico e o Direito do Consumidor*, p.11.

³⁴ Idem

³⁵ GARCIA, Wander (2014). *Op. Cit.* P. 41.

³⁶ BRAGA NETTO, Felipe Peixoto (2013). *Manual do Direito do Consumidor – À luz da jurisprudência do STJ*. 10 ed. rev.eampl. São Paulo: Juspodivm, p. 115.

CAPÍTULO II - COMÉRCIO ELECTRÓNICO

1. Definição do comércio electrónico

O Direito Comercial, o qual coloca dois sujeitos na relação, nomeadamente: o comerciante³⁷ e o consumidor³⁸ tem-se desenvolvido rapidamente. A relação tradicional caracterizada pela compra *face to face*, devido às mudanças mundiais e tecnológicas fazem com que as pessoas recorram muitas vezes ao comércio electrónico de forma a satisfazerem as suas necessidades de venda e compra de bens. Vista a noção do direito de consumidor no capítulo anterior é importante fixarmos o conceito do comércio electrónico bem como a sua visão no contexto moçambicano.

Não é possível estabelecer uma data precisa em que tudo começou, o comércio sempre existiu desde que surgiram as sociedades, ele é dito como o processo de comprar, vender e trocar produtos e serviços. Inicialmente praticado pelos primeiros povos apenas a troca, foram os Fenícios, Árabes, Assírios e Babilónios que o incrementaram, pois com as expedições e a descoberta de novos mundos, utilização de pedras e metais preciosos, o desenvolvimento científico industrial e os meios de comunicação, foram incentivados a compra e a venda. Os primeiros vendedores viajavam semanas, meses e anos para anunciarem seus lançamentos, por isso seus produtos eram vendidos como novos durante um longo período. Este método foi suficiente para os povos antigos por vários séculos. Entretanto, à medida que as sociedades foram evoluindo e se tornando mais complexas, surgiu a necessidade de se criar um sistema mais eficiente, flexível e estável para as negociações.

O comércio electrónico surgiu com a evolução das tecnologias na Internet, com objectivo de complementar o processo de vendas e eliminar intermediários da cadeia de suprimento, a fim de auxiliar na globalização da economia através da parceria e negócios e diminuição de limites geográficos. Ele não é só pela internet através de conexão com computadores, mas por meio de anúncios na televisão e principalmente o uso de aparelhos celulares e outros equipamentos electrónicos.

³⁷ Dispõem o legislador que “*considera-se empresário quem exerce, profissional e habitualmente, actividade empresarial*” Cfr., n.º 1 do art.º 3 do C.Com.

³⁸ Nesse sentido Vide: FAVACHO, Frederico (s/a). *Direito do consumidor e comércio electrónico*, p. 4

A definição de comércio electrónico não é unívoca na doutrina. Para Albertin o Comércio Electrónico é “*a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente electrónico, parcial ou totalmente, através da aplicação intensa das tecnologias de comunicação e de informação, atendendo aos objectivos do negócio*”³⁹. Por outro, Fábio Coelho citando professor Glanz escreve que o comércio electrónico (ou e-commerce) pode ser definido como a “*venda de produtos (virtuais ou físicos) ou prestação de serviços em que a oferta e o contrato são feitos por transmissão e recepção electrónica de dados*”⁴⁰.

Portanto, o comércio electrónico é a venda de produtos ou prestação de serviços realizadas por meio de transmissão electrónica de informações, isto é, sem contacto físico dos contratantes⁴¹. No comércio electrónico, ainda estão presentes os actores da actividade comercial. Ainda estão presentes os deveres e obrigações decorrentes da actividade mercantil e das declarações de vontade de cada parte. Ainda vige o conceito e o instituto do velho e bom contrato entre partes. Contudo, a oferta dá-se por meio de mídia de alcance transnacional, acessível por via de *hardware* (microcomputadores, terminais de auto-atendimento, celulares, por exemplo) e *software* (existência de *browser*, por exemplo) para permitir ao seu usuário o acesso à rede mundial de computadores, e a efectiva contratação pode dar-se de forma automática, mediante comandos previamente programados, sem a necessidade da participação simultânea e concomitante do ofertante.

2. Contratos electrónicos

O contrato electrónico apresenta-se como um ponto muito debatido na doutrina, quanto ao seu conceito e nomenclatura⁴². O contrato electrónico pode ser definido como

³⁹ ALBERTIN, A. L. Comércio Electrónico - *Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação*. São Paulo: Ed. Atlas, 2000.

⁴⁰ COELHO, Fábio Ulhoa (2014). *Curso de Direito Comercial*, vol. 3. 15. ed. São Paulo: Saraiva, p. 47.

⁴¹ Atento ao facto supra, o legislador, no glossário da Lei das transacções electrónicas define comércio electrónico como “actividade económica ao abrigo da qual uma pessoa oferece ou garante através de um meio electrónico a prestação de bens e/ou serviços”. Cfr. Glossário da Lei.

⁴² Nesse sentido, Barbagalo explica o seguinte “... o termo electrónico vem da Física e estuda-se neste ramo da ciência o que tange ao comportamento dos circuitos eléctricos. Aliás a comunicação feita entre os microcomputadores realiza-se por meio de impulsos eléctricos, do qual o termo mais certo para o contrato é o “electrónico” devido ao fato de transmitir por este meio. Ocorre, todavia, que há outras nomenclaturas como o contrato cibernético, digital, por computador e por fim, informático. Por seu turno, o cibernético está relacionado com a comunicação em rede. Já o digital liga-se diretamente ao mundo da informática e somente através de computadores. Contratos por computador, aqueles que são feitos e celebrados somente por meio deles. E por fim, o informático, aqueles que se relacionam com a

negócio jurídico que é fonte de obrigação, em que as partes criam vínculos recíprocos, mediante o uso da comunicação em rede, criando, modificando, ou extinguindo direitos. Segundo Fábio Ulhoa Coelho⁴³, o contrato electrónico é celebrado por meio de transmissão electrónica de dados. Nessa espécie de contratos: “*A manifestação de vontade dos contratantes (oferta e aceitação) não se veicula nem oralmente, nem por documento escrito, mas pelo registo em meio virtual (isto é, despapelizado).*”.

2.1. Classificação dos contratos electrónicos

A classificação dos contratos electrónicos faz-se quanto ao modo em que são formados, ou melhor, leva-se em conta a efectiva utilização do computador para a formação do contrato. Marisa Delapieve Rossi⁴⁴ classifica os contratos electrónicos dividindo-os em: Intersistêmicos, Interpessoais e Interactivos.

2.1.1. Contratos electrónicos Intersistêmicos

Os contratos electrónicos intersistêmicos são aqueles que utilizam o computador apenas como um instrumento de comunicação entre os contratantes que já previamente celebraram o contrato pelos meios tradicionais, ou seja, o papel do computador neste tipo de contrato electrónico é comunicar o computador do outro contratante daquilo que já foi por eles anteriormente contratados.

Os computadores são programados e realizam os negócios por si só, sem necessidade de intervenção humana. Por essa razão, esse tipo de contratação também é conhecido como “contratação em rede fechada”.

2.1.2. Contratos electrónicos interpessoais

Nessa espécie de contrato electrónico, o computador é utilizado diretamente para a formação da vontade das partes, sendo instrumento que interage com a vontade dos contratantes e não mero meio de comunicação. Os contratos electrónicos interpessoais dividem-se em simultâneos e não simultâneos.

disciplina de contratos de serviços de informática como o contrato de manutenção de servidores, de homepage. Em outras palavras, o objeto do contrato informático neste último envolve serviços e produtos relacionados à informática.” Barbagalo *apud* SANTE, Paulo Henrique Vieira. Contratos eletrônicos e sua validade jurídica, p.7.

⁴³ COELHO, Fábio Ulhoa (2014). *Curso de Direito Comercial*, vol. 3. 15. Ed. São Paulo: Saraiva, p. 52.

⁴⁴ ROSSI, Marisa Delapieve *apud* VEDOVATE, Ligia Lílian Vergo. *Contratos Eletrônicos*, p. 10.

Os contratos interpessoais simultâneos, celebrados em tempo real, ou seja, *online*, são considerados como celebrados entre presentes, visto que ambas as partes estão ao mesmo momento conectadas a rede, e a declaração de vontade de uma parte é recebida pela outra no mesmo momento em que é declarada ou em curto espaço de tempo.

Já os contratos interpessoais não-simultâneos são considerados entre ausentes, pois há um lapso temporal entre a declaração de uma parte e a recepção desta pela outra. O *e-mail* é o mais típico exemplo deste tipo de contrato. Em suma, essa categoria de contratos engloba aqueles cuja proposta e a celebração deverá ocorrer de modo *on-line*, por meio de mensagens podendo ser ou não de forma instantânea.

2.1.3. Contratos electrónicos interativos

Dentre os contratos electrónicos esta espécie é a mais utilizada pela população em geral, graças a sua utilização em massa no comércio electrónico. Consiste numa relação de consumo entre o consumidor e um sistema electrónico programado.

Os contratos são realizados através de *websites*, onde o fornecedor oferece seus produtos e serviços disponibilizando-os a qualquer consumidor interessado. O consumidor contrata diretamente com um sistema pré – programado pelo *site* da loja virtual. A interatividade existente possibilita ao consumidor escolher dentre os produtos expostos o qual lhe agrada, a forma de pagamento, o modo de envio, etc.

Os exemplos de contratos electrónicos interactivos são os realizados através do comércio electrónico B2C (*Business to Consumer*). Nesses casos, caso o consumidor não aceite as condições do contrato basta clicar em “**Não concordo**”, sendo que ao clicar nesta há o cancelamento e sem opção de discutir o contrato.

3. A tutela do consumidor no comércio electrónico em Moçambique

Em Moçambique, o comércio electrónico é regulada por uma lei específica, que seja, a lei das transacções electrónicas, Lei n.º 3/2017 de 9 de Janeiro, como depreende-se do seu objecto⁴⁵. Nela o legislador pátrio dedica o capítulo VI à protecção do

⁴⁵ Dispõe o legislador no artigo 1 que “*A presente Lei estabelece os princípios, normas gerais e o regime jurídico das Transacções electrónicas em geral, do comércio electrónico e do governo electrónico em particular, visando garantir a protecção e utilização das tecnologias de informação e comunicação.*” Cfr. artigo 1 da Lei n.º 3/2017 de 9 de Janeiro.

consumidor e no primeiro artigo deste capítulo, artigo 43, dispõe: “*Sem prejuízo do disposto na legislação geral de defesa do consumidor, à protecção do consumidor aplicam-se as disposições dos artigos seguintes.*”⁴⁶.

Transcorridos os demais artigos da Lei das transacções Electrónicas no que tem a ver aos direitos do consumidor não se encontra expressamente nenhuma parte em que o legislador pronuncie-se em relação aos direitos do consumidor pelo que releva, por força do anterior artigo 43 citado, lançar olhar a LDC e ao respectivo regulamento.

A tutela do consumir independentemente do fórum usando, seja físico, seja electrónico, decorre de um princípio constitucional manifestamente previsto no número 1 do artigo 92 da Constituição da República de Moçambique com a epígrafe **Direito do Consumidor** onde o legislador dispõe: “*os consumidores têm direito a qualidade dos bens e serviços consumidos, a formação e a informação, a protecção da saúde, da segurança dos seus interesses económicos, bem como a reparação de danos*”. Assim, a protecção dos direitos do consumidor materializa-se na medida que, em caso da sua violação, o Estado garante o acesso aos lesados aos tribunais⁴⁷, pelo facto, do seu direito ser reconhecido pela constituição, pela LTE, LDC e o respectivo regulamento. Disto, é importante estudar alguns direitos que os consumidores têm no mundo electrónico, com ênfase para os principais.

3.1. Direito à qualidade dos bens e serviços

Na LDC o direito de que a presente abordagem corresponde encontra-se previsto no artigo 6 da LDC. Pela consagração deste direito o legislador teve a *ratio* de que um consumidor ao adquirir certo bem e/ou serviço tinha um fim em mente de tal modo que o direito a qualidade dos bens e serviços não se esgota somente nestes, ou seja, o legislador determina que para além da qualidade dos bens, tratando-se de bens móveis não consumíveis, o fornecedor deve dar uma garantia nunca inferior a um ano⁴⁸ e para as coisas imóveis uma garantia nunca inferior a cinco anos. Disto, o consumidor tem a protecção de seus direitos legitimados na obtenção de produtos e serviços, que possam gerir riscos, ou até mesmo, por não receber o produto ou serviço conforme a

⁴⁶ Entenda-se em, no sublinhado, a LDC e RLDC.

⁴⁷ Cfr. artigo 62 da CRM.

⁴⁸ Cfr. n.º 2 do artigo 6 da LDC.

especificação, quantidade, características, e preço, ou por ter recebido informações erróneas, solicitando reparação de danos causados por transtornos ou prejuízos⁴⁹.

3.2. Direito a protecção da vida, saúde e da segurança física

O legislador dispõe no artigo 7 n° 1 da LDC que “*é proibido o fornecimento de bens ou a prestação de serviços que, em condições de uso normal ou previsível, incluindo a duração, impliquem riscos incompatíveis com a sua utilização, não aceitáveis de acordo com um nível elevado de protecção da saúde e da segurança das pessoas*” o direito a protecção da vida é o mais básico e mais importante dos direitos do consumidor, pois parte de um princípio constitucional assente no artigo 40 da constituição da República de Moçambique, mais ainda, é um direito importante tendo em vista que nossa sociedade é uma sociedade de riscos, muitos produtos, muitos serviços e mesmo práticas comerciais são efectivamente perigosos e danosos para os consumidores⁵⁰.

O direito a segurança do consumidor é um fundamento único ou fonte única do dever de segurança ou de cuidado dos fornecedores quando colocam produtos e serviços no mercado Moçambicano.

3.3. Direito a informação

O direito a informação no âmbito do direito do consumidor materializa-se em duas vertentes, nomeadamente, direito a informação no geral que corresponde uma actividade legada ao Estado e as Autarquias Locais⁵¹ e direito a informação particular⁵². Para a presente abordagem interessa-nos esta última.

Dispõe o legislador que:

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 ao consumidor, nomeadamente, sobre características, composição e preço do bem ou serviço, bem como

⁴⁹ NEPOMUCENO, Izana Sousa Torres (s/a). *Protecção do consumidor no comércio electrónico*, p. 7 disponível in www.conteudojuridico.com.br acessado no dia 10 de Janeiro de 2025

⁵⁰ BENJAMIN, António Herman V et all (2021). *Manual de direito do consumidor*. 9 edição, São Paulo, p. 121.

⁵¹Cfr. artigo 9 da LDC.

⁵²Cfr. artigo 10 da LDC.

sobre o período de vigência do contrato, garantias, prazos de entrega e assistência após o negócio jurídico⁵³.

A obrigação de dar informações verídicas e concreta é extensiva ao fabricante, importador, distribuidor, embalante e armazenista para que os produtos cumpram com os requisitos até chegar ao destinatário final. Para além de estar previsto na lei da LDC, o direito a informação, consta também da Lei das transacções electrónicas, precisamente no artigo 44, no qual o legislador dispõe:

1. Os contratos relativos ao comércio electrónico celebrados entre empresas comerciais e os consumidores devem fornecer informação suficiente, precisa, clara e de acesso fácil para permitir a identificação das partes contratantes, nomeadamente:

2. Os contratos relativos ao comércio electrónico celebrados com consumidores devem fornecer informação suficientemente, precisa e de acesso fácil, descrevendo os bens ou serviços oferecidos, para permitir aos consumidores tomar decisão informada antes de realizar a transacção, permitindo manter um registo adequado da informação.

3.4. Direito a protecção jurídica e uma justiça acessível e pronta

Nos termos do n.º 1 do artigo 18 da LDC “*incumbe aos órgãos e departamentos da Administração Pública promover a criação e apoiar centros de arbitragem com o objectivo de dirimir os conflitos de consumo*”. Mais ainda os consumidores são isentos a preparos em que pretenda a protecção dos seus interesses ou direitos, a condenação por incumprimento do fornecedor de bens ou prestador de serviços, ou a reparação de perdas e danos emergentes de factos ilícitos ou da responsabilidade objectiva definida nos termos da lei, desde que o valor da acção não exceda a alçada do tribunal Judicial de Distrito de 1.ª classe.

No que a prontidão da justiça tem a ver, Tomas Timbane ensina que “*a garantia de acesso a justiça e não apenas aos tribunais, traduzida na necessidade de proferir as decisões judiciais em prazo razoável, tem um elevado alcance pratico*⁵⁴”. Nestes termos, afirma ainda que é necessário tornar mais célere, seguro e eficiente o formalismo civil através da simplificação e modernização dos procedimentos

⁵³Cfr. n.º 1 do artigo 10 da LDC.

⁵⁴ TIMBANE, Tomás (2020), Lições de Processo Civil I. 2ª Edição, Maputo: Escolar Editora. Pp. 97 -98.

processuais e o direito do consumidor, por ser uma área específica e mais dinâmica mereceria um tratamento particular⁵⁵.

3.5. Direito a protecção contra a publicidade enganosa e abusiva

Antes de ser concretizada uma relação de consumo, na qual o consumidor vai até o fornecedor e adquire o produto desejado, já fora iniciada, na maioria das vezes, uma espécie de relação com o consumidor. É necessário que a propaganda do produto chegue até o comprador, para que assim instiguem-se suas necessidades – básicas ou não – e se faça então praticado o acto do consumo. Os consumidores têm direito a protecção contra a publicidade enganosa e abusiva, tal razão o legislador no número 1 do artigo 20 da LDC dispõem “*é proibida toda a publicidade enganosa ou abusiva*” e para os termos descritos nesse número o legislador considera como enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de carácter publicitário, inteira ou parcialmente falsa ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir ao erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços⁵⁶.

Será abusiva toda a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite a violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamentos e experiencias das crianças, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a saúde e a segurança⁵⁷, contudo, toda a publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal⁵⁸.

3.6. Direito ao arrependimento

A Internet é um meio especialmente atractivo para a realização de operações comerciais feitas à distância ou fora do estabelecimento comercial do vendedor. É vantajoso para o consumidor que não precisa mais se deslocar para efectuar compras; é vantajoso para o fornecedor porque possibilita uma redução de custos considerável além de viabilizar uma consistente expansão da base de clientes. Entretanto, o consumidor está especialmente sujeito a riscos na compra *on-line*, seja porque as informações que

⁵⁵*Idem.*

⁵⁶Cfr. n.º 2 do artigo 20 da LDC.

⁵⁷Cfr. n.º 3 do mesmo artigo.

⁵⁸Cfr. n.º 5 do mesmo artigo.

tem sobre os produtos são limitadas, seja porque a própria operação virtual pode ter alguns problemas de processamento.

A compra de qualquer bem é de carácter livre e o comprador-consumidor tem direito de arrepender-se senão desistir da compra sem necessidade de invocação de motivo justificado. A lei das transacções electrónicas⁵⁹, nos seus 74 artigos não faz referência ao direito ao arrependimento⁶⁰, contudo, por força do artigo 43 da mesma Lei, aplica-se o regime da LDC. Ora, nesse contexto, o legislador pátrio prevê o direito ao arrependimento no número 5 do artigo 21 da LDC nos termos seguintes “ *O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de sete dias úteis a contar da data de recepção do bem ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de bens ou serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial por meio de correspondência ou outros equivalentes.*”

Não obstante, o legislador ter previsto o direito ao arrependimento nos termos acima expostos, o mesmo não se compadece as compras *on-line*, ou seja, não faz alusão específica às compras realizadas em meio virtual, pois, como visto, no momento da elaboração da LDC, o comércio electrónico não estava tão difundido em Moçambique como na realidade actual. Dessa forma, à medida que os usuários passaram a consumir mais *on-line*, o direito de arrependimento tornou-se mais popular e relevante às necessidades do consumidor electrónico⁶¹.

⁵⁹Lei n.º 3/2017 de 9 de janeiro.

⁶⁰ Somente o legislador prevê a possibilidade do consumidor cancelar a transacção dentro de um período de 14 dias úteis após a recepção dos bens ou serviços o que não se assemelha ao direito ao arrependimento. Cfr. artigo 45 da Lei das transacções electrónicas.

⁶¹ GRINOVER, Ada Pellegrini *et al* (2017). *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense, p. 568

CAPÍTULO III - A PROTECÇÃO DO CONSUMIDOR NO COMÉRCIO ELECTRÓNICO MOÇAMBICANO

1. Considerações gerais

A pandemia da COVID-19 teve um impacto significativo na adopção e expansão do comércio electrónico em Moçambique. As medidas de restrição de circulação, o fechamento temporário de lojas físicas e a necessidade de distanciamento social aceleraram a digitalização do comércio e impulsionaram o recurso ao comércio electrónico fazendo com que as pessoas passassem a fazer compras *on-line*, especialmente, para bens essenciais como alimentos, medicamentos e produtos de higiene⁶². Com o fim da pandemia, devido a confiança criadas e familiarização dos consumidores com o e-commerce, o recurso a este continuou a crescer.

Ao estudar-se as compras realizadas em meio virtual, vários são os factores que preocupam os consumidores que realizam aquisições por este meio. Por vezes, temos visto que, o consumidor acede a produtos ou serviços fornecidos *on-line*, sem que conheça o endereço físico do fornecedor, ou ainda, os produtos chegam tardiamente, e sem qualidade. É usual vermos na internet a exposição de artigos com boa aparência e textura, entretanto, quando chegam são de péssima qualidade e não condizem com o que foi publicitado.

Vistas as anteriores abordagens torna-se importante analisar o contexto proteccionista do consumidor na relação de consumo no fórum electrónico moçambicano. Ora, todo consumidor é considerado vulnerável em razão do carácter economicamente desigual da relação de consumo e da maior exposição ao risco de danos.

Para Ada Pellegrini⁶³, a vulnerabilidade parte, a princípio, da própria concepção de consumidor, pois é tida num carácter económico, ou seja, o consumidor é o destinatário final do produto ou do serviço, sem um intuito negocial posterior a essa

⁶²<https://www.dw.com.pt-002/comerciantes-mo%C3%A7ambicanas-apostam-em-vendas-online-para-superar-crise/a-58644956> acessado no dia 12 de Fevereiro de 2025 pelas 10 horas.

⁶³ GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017, p. 20.

contratação. Visa, apenas, suprir a sua própria necessidade, pois o mesmo não é visto como cliente, contratante ou comprador⁶⁴.

No contexto moçambicano, não obstante a ampla perspectiva legal face a coerente regulamentação das relações de consumo pela Lei da defesa do consumidor e pelo respectivo regulamento, é importante analisar se no contexto electrónico, à luz da Lei das Transacções electrónicas, se tal perspectiva é eficaz. Exposto isto, recordando a nossa pergunta de pesquisa ``**Até que ponto o quadro legal e institucional de defesa de direito do consumidor, no contexto electrónico moçambicano, protege este de modo que não seja vítima de danos perante a sua vulnerabilidade?**``

Para alinhar a presente abordagem ao problema acima e aos objectivos do estudo expostos na introdução, dedicar-se-á o presente capítulo a três abordagens, destacadamente: 1. A protecção legal do consumidor no comércio electrónico; 2. Ónus de prova nas relações de consumo no comércio electrónico e 3. Instituições de defesa dos direitos do consumidor.

2. A Protecção legal do consumidor no comércio electrónico

A protecção legal do consumidor no comércio electrónico, cinge-se em duas abordagens quais sejam: substantiva, que visa analisar os direitos que o consumidor tem à luz da lei e, adjectiva, que visa analisar os mecanismos que o consumidor se pode fazer valer para efectivar os seus direitos em razão da sua violação. Assim, perante o quadro legal moçambicano no que a protecção do consumidor no comércio electrónico tem a ver, levanta-se a seguinte questão: *A legislação moçambicana de defesa do consumidor oferece alguma protecção no contexto electrónico?* De forma a responder-se, passa-se às duas abordagens referidas.

2.1. Protecção substantiva do consumidor no comércio electrónico

As transacções electrónicas foram reguladas pela primeira vez em Moçambique no ano de 2017, pela Lei n.º 3/2017 de 09 de Janeiro, (adiante e abreviadamente LTE) no entanto, esta Lei não regula o comércio de forma específica e exaustiva, trazendo no seu regime apenas aspectos gerais sobre a defesa do consumidor no e-commerce. Note-

⁶⁴ BENJAMIN, Antonio Herman *et all.* *Manual de direito do consumidor*. 7.^a Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 37.

se que a protecção jurídica do consumidor no comércio electrónico é aplicável também a LDC e o seu regulamento, com as necessárias adaptações nos termos do art.º 43º da LTE, salvo algumas especificidades que caracterizam o e-commerce⁶⁵.

Foi em busca de uma melhor protecção do consumidor que o legislador, através da LTE, exige ao fornecedor dar informações suficientes para que facilitem a sua identificação, entre outras, as seguintes: a indicação do local, designação da firma, o endereço físico principal, o endereço da página de Internet ou endereço do correio electrónico ou número de telefone. É ainda obrigatório fornecer informação suficiente quanto aos termos, condições e custos associados a transacção (artigo 44º da LTE.)

Nos casos em que uma das partes contratantes for uma entidade legal, deve apresentar o número de registo, os nomes dos representantes dos seus escritórios e o seu local de registo art.º 44 nº 1, alínea c). Ora, esta imposição legal visa acautelar os casos de operadores económicos electrónicos fantasmas, que são aqueles que aparecem na Internet alegando ser fornecedores, mas que na íntegra não realizam comércio algum, trata-se de burladores.

Nas relações de consumo, impõe-se a igualdade material dos intervenientes, a lealdade e a boa-fé, nos preliminares, na formação e ainda na vigência dos contratos, nos termos do artigo 33º nº 1 da LTE, concomitantemente, as cláusulas contratuais devem ser interpretadas de maneira favorável ao consumidor, nos termos do nº 3 do artigo 21º da LDC.

No referente à execução do contrato, o fornecedor tem a obrigação de fazer a entrega da encomenda ao consumidor dentro de 30 dias após a emissão da ordem de encomenda, salvo se as partes tenham estipulado algo diverso (nº 2 da artigo 33 LTE), em caso de falha da encomenda o consumidor tem o direito de cancelar mediante aviso prévio de 7 dias e ser reembolsado de quaisquer pagamentos que tenha feito dentro de 30 trinta dias a partir da data da notificação (artigo 33 nº 3 da LTE). Em caso de indisponibilidade dos bens ou serviços, o fornecedor deverá notificar de imediato o consumidor e reembolsar qualquer pagamento que tenha feito no prazo de 30 dias a contar do dia da notificação (artigo 33 nº 4 da LTE).

⁶⁵Cfr. artigo 43 da LTE.

Do quadro legal da Lei das transacções electrónicas, da lei da defesa do consumidor e do respectivo regulamento conclui-se que o legislador regimentou de forma robusta os direitos do consumidor no comércio electrónico bem como das informações mínimas do fornecedor que o consumidor deva ter antes de efectuar as compras. Portanto, verifica-se que substantivamente o legislador conseguiu regulamentar muitas das varias situações verificadas no comércio electrónico e, por maioria de razão, da uma protecção cabal ao consumidor no âmbito do comércio electrónico.

2.2. Protecção adjectiva do consumidor no comércio electrónico

Havendo violação de algum dos direitos do consumidor é digno que este tenha mecanismos legais de forma a fazer valer os seus direitos substantivos. Ora, atento a Lei das transacções electrónicas e Lei da defesa do consumidor, dispõe o legislador no n.º 4 do art.º 45, da primeira, que o empresário é responsável por quaisquer danos sofridos pelo consumidor devido à falta de cumprimento do disposto naquela Lei. Destarte, em obediência ao art.º 43 da LTE no que respeita aos meios de tutela do consumidor podemos destacar a acção inibitória⁶⁶, prevista no artigo 12º da LDC, sendo esta uma acção declarativa de condenação⁶⁷ com o fito de prevenir, corrigir ou fazer cessar práticas lesivas que atentem contra: i) saúde e segurança física do consumidor, ii) se traduzem no uso de cláusulas gerais proibidas, iii) consistam em práticas comerciais proibidas por lei. Esta acção tem valor equivalente ao da alçada do Tribunal Judicial de Distrito e segue a forma de processo comum sumário, e esta isenta de custas nos termos do artigo 13º da LDC.

Para além da acção inibitória, a lei também prevê o direito do consumidor ou um terceiro, valer-se das acções de responsabilidade civil por perdas e danos patrimoniais e não patrimoniais, por práticas ou actos do fornecedor que lhe causem prejuízos, nos termos do art.º 18 da LDC e artigo 10 do RLDC, sem prejuízo das sanções administrativas que ao caso couberem ao abrigo do art.º 32 e (seg.)

⁶⁶A tutela inibitória é uma tutela preventiva, visando a prevenir o ilícito. Caracteriza-se, portanto, como uma tutela anterior à prática deste, não voltada ao passado como a tutela ressarcitória, mas para o futuro, independentemente de estar sendo dirigida para impedir a prática, a continuação ou a repetição do ilícito. In BEDIN, Gabriel de Lima (s.a). *Tutela inibitória e a defesa a intimidade e a vida privada. Em busca da concretização dos direitos fundamentais*. Revista do Departamento de ciências jurídicas e sociais da unijui. P. 190-215. P. 198.

⁶⁷ MONDLANE, Carlos Pedro (2023), Código de processo Civil anotado e comentado, 3.ª ed., Escolar editora, Maputo, Moçambique.

da LDC. Note-se que a responsabilidade civil aqui em crise é a obrigacional genericamente regulada no art.º 798 do CC, onde se estabelece que o "*devedor que falta culposamente ao cumprimento da obrigação torna-se responsável pelo prejuízo que causa ao credor*"⁶⁸.

A outra via de defesa dos direitos do consumidor emerge do próprio preceito constitucional que os consagrou (no art.º 81)⁶⁹, o qual reconhece às associações de consumidores e às cooperativas não só o direito ao apoio do Estado e a serem ouvidas em matérias de defesa dos direitos do consumidor, como também, e sobretudo, legitimidade processual para a defesa dos seus associados. Ou seja, para além da acção inibitória e da acção de responsabilidade civil, o consumidor pessoal, colectivamente ou por meio de associações de defesa do consumidor pode recorrer à acção popular⁷⁰ em caso de violação dos seus direitos com vista a requerer a prevenção ou cessação das violações dos seus direitos e/ou a indemnização a que tenha direito.

No entanto, julga-se oportuno sublinhar que a acção popular não é um tipo de acção, é um mecanismo de extensão da legitimidade, procedimental e processual que dispõe o titular do direito fundamental para assegurar a protecção e concretização dos seus direitos. Ademais, a função do direito ao procedimento é de instrumentalizar e garantir uma protecção efectiva e eficaz dos direitos materiais que objectiva concretizar, determinando posições jurídicas subjectivas frente ao Estado e a terceiros. Ora, embora a acção popular possa ser usada para a defesa dos direitos dos consumidores⁷¹, a falta de regulamentação deste mecanismo processual faz com que os tribunais recebam poucos litígios em que os requerentes usem a acção popular, levando quase que à inexistência de jurisprudência moçambicana nestas matérias⁷².

⁶⁸ LEITÃO, Manuel Teles de Menezes (2009). *Direito Das Obrigações*. Vol. I, 8ª Edição. Almedina. Coimbra. Pág. 350.

⁶⁹Cfr. Constituição da República de Moçambique de 2004 com as alterações introduzidas pela Lei n. 1/2018 de 12 de Junho.

⁷⁰ A acção Popular poderá ser proposta contra as pessoas públicas ou privadas e contra as autoridades, funcionários ou administradores que houverem autorizado, aprovado, ratificado ou praticado o ato impugnado, ou que, porque omissas, tiverem dado oportunidade à lesão. Esta conclusão resulta da circunstância de o legislador constituinte ter, por exemplo, na al a) do n.º 2., do artigo 81.º, da CRM reconhecer aos consumidores, o mecanismo jurisdicional de acção popular para reparação dos direitos violados. Pois, se o legislador não pretendesse atribuir legitimidade passiva às pessoas privadas, ter-se-ia referido aos *direitos dos utentes* e não dos consumidores.

⁷¹Cfr. Alínea b) do número 2 do artigo 80 da CRM-2004 revista em 2018 republicada pela lei – nº 11/2023, de 23 de Agosto de 2023.

⁷² NGUENHA, Direito constitucional I (S/A): texto de apoio. Instituto Superior de ciências e tecnologia de Moçambique. P. 52.

Portanto, haja visto que no ordenamento jurídico moçambicano, o consumidor é objecto de protecção legal, não apenas do ponto de vista do direito substantivo, mas também adjectivo. Contudo, na prática, ainda assistimos situações que deixam a desejar na medida que considerando a especialidade do ramo do consumidor e, mais ainda, no âmbito electrónico, necessário se faz a adopção de mecanismos adjectivos que garantam uma protecção pronta, célere aos consumidores, pois todos os mecanismos típicos na lei são judiciais e sabe-se que esses são morosos o que muitas das vezes não beneficiam aos lesados, outrossim, os consumidores, não obstante terem conhecimento dos seus direitos e dos mecanismos legais existentes em caso de violação dos seus direitos.

A configuração legal adjectiva faz com que muitos consumidores, embora se sintam lesados no âmbito do consumo electrónico, fiquem inertes devidos às expectativas negativas da demora no atendimento das situações que atentem contra os direitos do consumidor, e pouco se vê acções judiciais nos tribunais comuns, com vista a responsabilização cível e criminal dos violadores deste direito, talvez porque há um certo desconhecimento dos cidadãos acerca das Leis de Defesa do consumidor e da Lei das Transacções Electrónicas⁷³.

3. Ónus de Prova nas relações de consumo no comércio electrónico

Outro ponto que vale analisar é referente ao ónus da prova no consumo por meio de comércio electrónico, pois o fornecedor, no uso da propaganda, coloca imagens de produtos em bom estado, ou sem condições apeteceíveis aos consumidores, porém, depois da entrega, constata-se que o bem entregue não se compadece com o visto ou publicado pairando a discussão sobre que deve provar o estado do bem no âmbito da entrega. Será o consumidor ou o fornecedor?

A palavra ónus vem do latim, *ónus*, que significa carga, fardo, peso, gravame⁷⁴, ao contrário do que possa supor, não é uma obrigação impositiva, de cujo descumprimento, normalmente, exista uma penalidade em contraprestação. Porquanto, o incumprimento de provar um facto, seguindo as regras estabelecidas no CC, poderá

⁷³NOVELE, Eunícia; NHEMBUA, (2021). *Alberto. A Protecção Jurídica do Consumidor nas Transacções electrónicas em Moçambique*. Beira. Pág. 06.

⁷⁴ NERY, Júnior Nelson (2006). *Código de Processo Civil comentado e legislação extravagante*. 9. ed. rev.e atual. ampl. Revista dos Tribunais, São Paulo. Pág.530.

causar ao obrigado uma desvantagem na busca da comprovação do facto alegado, o que vale dizer, do ganho da causa a consequência é apenas uma desvantagem⁷⁵.

Assim, percorridos cerca de 13 artigos que se dedicam a regulamentação do comércio electrónico em Moçambique não se assaca adentro da sua sistemática normativa qualquer menção expressa ou tácita ao ónus de prova no âmbito daquela relação de consumo. Diante deste silêncio, é de grande interesse quer para o consumidor quer para o comerciante saber a quem recai o ónus de prova.

Em verdade, a solução para esta preocupação não é encontrada na LTE, mas sim, na LDC e do respectivo Regulamento. De acordo com o disposto na al e) do n.º 1 do art.º 22 da LDC aplicável por força do art.º 43 da LTE,

São nulas e de nenhum efeito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: estabeleçam inversão do ónus da prova em prejuízo do consumidor". No mesmo sentido, dispõe o artigo 23 do RLDC que "O ónus da prova da veracidade e correcção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

Portanto, entende-se a partir destas disposições que no âmbito das relações de comércio electrónico cabe ao comerciante provar que a violação dos direitos do consumidor não foi culpa sua. Ou seja, que entregou o bem/ prestou o serviço nas condições contratadas pelo consumidor.

4. Instituições de defesa dos direitos do consumidor

Vista a anterior abordagem sobre a protecção legal do consumidor no comércio electrónico, cabe analisar a sua protecção ao nível institucional, pois o consumidor por ser o ele mais fraco da relação jurídica de consumo no âmbito electrónico necessita, de certo modo, de acesso a entidades que possam fazer valer os seus direitos. Neste contexto passa-se à análise das instituições dedicadas a protecção do consumidor.

4.1. Associação de defesa do consumidor de Moçambique (DECOM)

Esta Associação é uma associação dotada de personalidade jurídica, sem fins lucrativos cujo objectivo principal de proteger os interesses dos consumidores em geral ou consumidores e seus associados⁷⁶.

⁷⁵Idem. Pág. 530.

Com base no normativo anterior, podemos afirmar que o objectivo primitivo desta associação é promover e defender efectivamente os direitos e interesses dos consumidores, pese embora, segundo Faizal de Abreu⁷⁷ pouco sabe-se da existência desta associação, bem como das actividades que eventualmente tem desenvolvido para a prossecução dos seus objectivos.

Ora, para que esta seja actuante, antes de mais teria de se fazer conhecer, para depois desencadear acções de divulgação, promoção e defesa efectiva dos direitos do consumidor consagrado na LDC, RLDC e LTE. O professor Faizal de Abreu refere igualmente que, podemos com segurança, constatar que se esta associação fosse mais actuante, muitas chatices que afectam o consumidor seriam resolvidos. Conclui afirmando que de todo exposto e visto, constata-se uma verdadeira inércia no tocante a actuação desta associação⁷⁸.

4.2. ProConsumers- Associação para o estudo e defesa do consumidor

A semelhança da DECOM, trata-se de uma organização nacional de carácter associativo, sem fins lucrativos, dotada de personalidade jurídica cujo objectivo principal é proteger os interesses dos consumidores⁷⁹.

A associação nasceu em 1995 e, desde essa data, trabalha na protecção e educação do Consumidor em Moçambique. Tem produzido actividades na área da educação, informação, formação e defesa do consumidor, procurando sempre difundir o direito do consumidor para que os fornecedores, instituições e organismos conheçam suas obrigações relativas aos direitos do consumidor e qualidade de produtos, bens e serviços disponíveis no mercado⁸⁰.

Esta organização é que efectivamente tem vindo a divulgar os direitos do consumidor, através de programas televisivos, bem assim, participado em grandes debates acerca dos problemas que assolam os consumidores nas suas relações jurídicas,

⁷⁶Cfr. o n.º. 1 doart. 34 da LDC.

⁷⁷ABREU, FaizalAmussenede (2017). *O Princípio da Protecção do Consumidor na Constituição Económica*. 1ª Edição, W Editora. Maputo. Pág. 79.

⁷⁸*Idem*. Pág. 79.

⁷⁹Cfr. O n.º. 1 doart. 34 da LDC.

⁸⁰<https://consumare.org/noticias/conheca-proconsumers-associacao-estudo-defesa-do-consumidor/> acessado no dia 08 de Janeiro de 2025.

apesar de poucos relatos da sua intervenção judicial da defesa dos interesses dos consumidores⁸¹.

4.3. Ministério Público

O ministério Público, no âmbito das suas competências, zela pela observância da legalidade, fiscaliza o cumprimento da lei e exerce as demais funções que lhe sejam atribuídas pela Lei⁸².

Entende-se que no âmbito das relações que se estabelecem entre os consumidores e os fornecedores no domínio do direito, cabe ao Ministério Público defender os interesses dos consumidores, considerando que estes configuram o elo mais fraco na relação de consumo, em virtude dos fornecedores serem dotados de informações mais técnicas no que respeita ao negócio. Estabelece a al c) do artigo 17 a legitimidade activa do Ministério Público para intentar acções previstas neste diploma em defesa do consumidor. Nesta senda pode o Ministério Público intentar acções inibitórias destinadas a prevenir ou fazer cessar as práticas que lesem os direitos do consumidor atentando contra a sua saúde e segurança.

Ao nosso ver, a actuação do Ministério Público na defesa do consumidor ocorre igualmente nas situações em que os direitos do consumidor configurem direitos difusos ou colectivos dado que as normas consagradas na LDC moçambicano são de ordem pública e de interesse social, sem no entanto, descuidar da vulnerabilidade do consumidor face ao fornecedor, o que exige a intervenção do Estado⁸³. E para terminar, entende-se igualmente na defesa do consumidor pode haver actuação proactiva do Ministério público ou seja, aquela intervenção do Ministério Público que é feita oficiosamente sempre que constate violação de direitos dos consumidores encarados como direitos colectivos e difusos⁸⁴.

⁸¹Disponível em <https://consumare.org>. Acesso em 03 de Fevereiro de 2025.

⁸²Cfr. Art.4 da Lei n.º 1/2022: de 12 de Janeiro, Publicado no Boletim da República I Série, Quarta-feira, 12 de Janeiro de 2022.

⁸³Cfr. al d) do art.º. 4 da Lei n.º 1/2022: de 12 de Janeiro, Publicado no Boletim da República I Série, Quarta-feira, 12 de Janeiro de 2022.

⁸⁴ Este entendimento resulta do facto de o Ministério público para melhor processão das suas atribuições estar dotado de Prerrogativas Especiais nos incisos termos do art 6 da Lei Orgânica do Ministério Público, que lhe atribui a possibilidade de intimar os órgãos do Estado e as entidades públicas ou privadas para se conformarem com a lei, quando constate, **oficiosamente** ou mediante participação, a prática de alguma ilegalidade.

4.4. Outras Instituições

Para além das instituições e/ou organismos acima citados, destacam-se igualmente o Instituto Nacional das Actividades Económicas (abreviadamente INAE), uma instituição Pública dotada de personalidade jurídica e autonomia administrativa, que actua sob tutela do Ministério da Indústria e Comércio (MIC), foi criada por meio do Decreto n.º 46/2009 de 19 de Agosto e actua em todo território nacional cujas atribuições, competências e áreas de actuação, foram revistas e clarificadas pelo Decreto n.º 43/2017 de 11 de Agosto, e nos termos do artigo 4 do mesmo Decreto, a INAE tem como atribuição a fiscalização da legislação reguladora do exercício das actividades económicas, bem como a garantia de defesa do consumidor, e o Ministério da Indústria e Comércio.

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

O Direito do Consumidor evolui de acordo com as transformações vividas pela sociedade a que atende. Com o advento da *internet*, foram criados novos modelos de negócios, novas formas de divulgação de produtos e de serviços e novas maneiras de consumir. Em Moçambique, a regulação do comércio electrónico é feita por três instrumentos, destacadamente: A Lei das transacções electrónicas, a Lei da defesa do Consumidor e o regulamento da lei da defesa do consumidor. Na introdução foram levantados objectivos específicos, dos quais: Descrever a tutela jurídica do consumidor electrónico em Moçambique em atenção a Lei das transacções electrónicas e a Lei da defesa do consumidor. Este objectivo foi alcançado na medida que se conclui pela existência da tutela do consumidor no mundo electrónico conferida pela Lei das transacções electrónicas, a Lei da defesa do consumidor e pelo respectivo regulamento.

Mais ainda, ao longo do trabalho, discutiu-se a protecção do consumidor em atenção a Lei das transacções electrónicas tendo-se constatado que esta remete, em tudo quanto não regule, ao regime da Lei da defesa do consumidor dando ambas uma protecção substantiva cabal, no entanto, o mesmo não se diga de ponto de vista adjectivo, pois os meios de que o consumidor se pode fazer de forma a salvaguardar os seus direitos substantivos são arcaicos, não sendo eficazes devido a procedência judicial e, alguns, como é o caso da acção popular, ainda não é aplicável devido a falta de regulamentação.

Atendendo ao dinamismo que o Moçambique vive desde a eclosão da pandemia em 2019, que tornou o recurso ao comércio electrónico mais procurado torna-se necessário equilibrar a lei tanto às instituições ao mundo electrónico. Compreende-se que o fenómeno relativo à vulnerabilidade e aos mecanismos de protecção do consumidor no comércio electrónico moçambicano necessitam de atenção do ponto de vista das Leis e das instituições, pois estas apresentam-se ineficazes para as vicissitudes do mundo *online*. O consumidor sendo o elo mais fraco da relação de consumo electrónico, necessita, de uma protecção eficaz a níveis de instituições, pois não se podem sujeitar às mesmas instituições perspectivadas para relação tradicional caracterizada por compras face to face, disto, conclui-se pela ineficácia senão inexistência a nível pátrio de instituições cuja função seja a protecção do consumidor a nível electrónico.

RECOMENDAÇÕES

Pelo estudo feito e, conforme as conclusões chegadas, tem-se as recomendações seguintes:

- a) Que o legislador reveja e coloque, na lei das transacções electrónicas, os meios processuais de que o consumidor se pode fazer valer para a defesa dos seus direitos, que sejam mais céleres e com menos formalismos. A título de exemplo, pode-se ir pela via pelos serviços de mediação, criando um que especificamente trate de questões relacionadas aos conflitos no âmbito do comércio electrónico.
- b) Que o governo aperfeiçoe as instituições existentes de forma que se adaptem ao actual contexto do comércio electrónico e que possam supervisionar a contratação electrónica, resolver os litígios de daí possam advir, bem como, garantir a observância da lei.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Manuais

- ABREU, Faizal Amussene de (2017) *O Princípio da Protecção do Consumidor na Constituição Económica*. 1ª Edição, W Editora. Maputo.
- BONAVIDES, Paulo (2000). *Ciência Política*. 10ª Edição, Revista e Actualizada. São Paulo
- BRAGA NETTO, Felipe Peixoto (2013) *Manual do Direito do Consumidor – À luz da jurisprudência do STJ*. 10 ed.
- BENJAMIN, António Herman V et all (2021). *Manual de direito do consumidor*. 9 Edição, São Paulo.
- _____. *Manual de direito do consumidor*. 7. Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais
- COELHO, Fábio Ulhoa (2014). *Curso de Direito Comercial*, vol. 3. 15.ªEd. São Paulo: Saraiva.
- FERNANDES, Luís A. Carvalho (2009). *Teoria geral do Direito civil*. 5.ª Edição, Universidade Católica editora, Lisboa.
- FILOMENO, José Geraldo Brito (2007). *Manual de Direito do Consumidor*, 9ª.Ed. Atlas, São Paulo.
- GUNE, Boaventura (2022). *Das Obrigações - 3º Ano Jurídico - Tópicos das Lições Proferidas*. Maputo.
- KENNEDY, John F. (2019/2020). *Direito do Consumo - Consumidores, por definição, somos todos nós*, Parte I.
- LEITÃO, Manuel Teles de Menezes (2009). *Direito Das Obrigações*. Vol. I, 8ª Edição. Almedina. Coimbra.
- Ministério DA Justiça. (2014) *Manual de Direito do Consumidor*. 4ª Edição – Revista e Actualizada. Brasília.
- NUNES, Rizzatto (2018.) *Curso de direito do consumidor*. 12ª Ed. Saraiva Educação, São Paulo.
- NOVELE, Eunícia et NHEMBUA, (2021). *Alberto. A Protecção Jurídica do Consumidor nas Transacções electrónicas em Moçambique*. Beira.
- NERY, Júnior Nelson(2006). *Código de Processo Civil comentado e legislação extravagante*. 9. ed. Rev. e actual. ampl. Revista dos Tribunais, São Paulo.

- OLIVEIRA, Júlio Morais (2019). *Direito do Consumidor Contemporâneo*. D'Plácido. Belo Horizonte.
- OLIVEIRA, José ascensão de (2007). *O direito: introdução e teoria geral uma perspectiva luso-brasileira*. 7ª Edição, Coimbra, Livraria almedina.
- SILVA, Gabriel Ribeiro Pereira (2021). *Direito do Consumidor*, 2ª edição, Brasília.
- TIMBANE, Tomás (2020), *Lições de Processo Civil I*. 2.ª Edição, Maputo: Escolar Editora.

Legislação

- Lei n.º 11/2023, de 23 de Agosto que altera a lei n.º 1/2018 de 12 de Junho que revê a Constituição da República de Moçambique-2004.
- Lei n.º 22/2009 de 28 de Setembro publicada no BR, I série – número 38
- Lei n.º 1/2022: de 12 de Janeiro, Publicado no Boletim da República I Série, Quarta-feira, 12 de Janeiro de 2022.
- Decreto- Lei n.º 1/2022 de 25 de Maio que aprova o Código Comercial, publicado no BR, 1.ª serie, n.º 99.
- Decreto n.º 27/2016 de 18 de Julho de 2016, publicado no BR, I série – numero 85.
- Decreto nº 46/2009 de 19 de Agosto que cria o Instituto Nacional das Actividades Económicas (abreviadamente INAE).

Artigos

- ALBERTIN, A. L. *Comércio Electrónico - Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação*. São Paulo: Ed. Atlas, 2000.
- BEDIN, Gabriel de Lima (s.a). *Tutela inibitória e a defesa a intimidade e a vida privada. Em busca da concretização dos direitos fundamentais*. In Revista do Departamento de ciências jurídicas e sociais da unijui.
- DA SILVA, Virgílio Afonso. *Princípios e regras: Mitos e equívocos acerca de uma distinção* in Revista Latino-Americana de Estudos Constitucionais 1 (2003).
- FAVACHO, Frederico (s/a). *Direito do consumidor e comércio electrónico*.
- NEPOMUCENO, Izana Sousa Torres (s/a). *Protecção do consumidor no comércio electrónico*.

- NEVES, Thiago Ferreira Cardoso. *O Comércio eletrônico e o Direito do Consumidor*. Disponível no site << <http://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj>>> acessado em: 19 de Janeiro de 2025

Outras fontes

- GARCIA, Wander (2014). *Super-Revisão: Concursos Jurídicos*. 3. Ed. Indaiatuba: Editora Foco Jurídico.
- GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017.
- MARQUES, Cláudia Lima (2004). *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)*. São Paulo: Revista dos Tribunais.
- MODESTO, Igor Franca; COELHO, Francisco Manuel de Brito Pereira (2016). *Consumidor: Aspecto Jurídicos para sua Proteção Através da Perspectiva Luso-Brasileira*. Revista a Barriguda. Campina Grande.
- MONDLANE, Carlos Pedro (2023), *Código de processo Civil anotado e comentado*, 3.^a ed., Escolar editora, Maputo, Moçambique.
- NERY, Júnior Nelson (2006). *Código de Processo Civil comentado e legislação extravagante*. 9. Ed. Rev. e Atual. Ampl. Revista dos Tribunais, São Paulo.
- NGUENHA, Direito constitucional I (S/A): *Texto de apoio*. Instituto Superior de ciências e tecnologia de Moçambique.
- VEDOVATE, Lígia Lílian Vergo. *Contratos Eletrônicos*. Disponível em: <<http://intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/Juridica/article/viewFile/331/326>>. Acesso em: 11 Fevereiro de 2025.
- SANTE, Paulo Henrique Vieira. *Contratos eletrônicos e sua validade jurídica*.

Sites da internet

- <https://wwwprofile.co.mz/os-desafios-do-comercio-electronico-no-pais/> acessado no dia 19 de Outubro pelas 18 horas.
- <https://consumare.org/noticias/conheca-proconsumers-associacao-estudo-defesa-do-consumidor/> acessado no dia 08 de Janeiro de 2025.
- <https://www.dw.com.pt-002/comerciantes-mo%C3%A7ambicanas-apostam-em-vendas-online-para-superar-crise/a-58644956> acessado no dia 12 de Fevereiro de 2025 pelas 10 horas.